

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, dan Product Innovation terhadap Market Performance dengan Competitive Advantage sebagai variabel intervening pada Rumah Potong Ayam (RPA) di Kota Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner berskala Likert kepada 100 responden yang terdiri atas pemilik atau penanggung jawab usaha, manajer, supervisor, dan staf RPA. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan dan pemahaman terhadap kegiatan operasional serta pemasaran perusahaan. Analisis data mencakup uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji parsial, dan uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Market Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage serta Market Performance. Product Innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage, tetapi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Market Performance. Entrepreneurial Orientation berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Competitive Advantage. Sementara itu, Competitive Advantage berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Market Performance. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa Competitive Advantage tidak mampu memediasi pengaruh Entrepreneurial Orientation terhadap Market Performance. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kemampuan RPA dalam memahami kebutuhan pelanggan, mengelola informasi pasar, dan merespons perubahan pasar menjadi faktor yang paling konsisten dalam memperkuat daya saing dan meningkatkan kinerja pemasaran. Inovasi dan orientasi kewirausahaan belum memberikan hasil pemasaran yang optimal apabila tidak disertai kesiapan operasional, pengelolaan risiko, serta kesesuaian dengan kebutuhan pasar.

Kata kunci: *Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage, Market Performance, Rumah Potong Ayam.*