

Kinerja pemasaran ukm kalimantan timur: peran inovasi produk dan kapabilitas pemasaran

Nurhalimah¹, Herning Indriastuti², Alexander Sampeiling³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

¹Email: nhalimah777@gmail.com

²Email: herning.indriastuti@feb.unmul.ac.id

³Email: Alex.sampeiling@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Tujuan dari pekerjaan ini adalah untuk menyelidiki peran inovasi produk dan kemampuan pemasaran untuk meningkatkan kinerja pemasaran di manik-manik Kecil Menengah Enterprise, Kalimantan Timur. Kami mengamati bahwa sementara variabel inovasi produk dan kemampuan pemasaran memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah. Jumlah sampel yang digunakan adalah 110 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS versi 21.

Kata Kunci: Inovasi produk; kemampuan pemasaran; kinerja pemasaran

Performance of marketing of east kalimantan: the role of product innovation and marketing capability

Abstract

The objective of this work is to investigate the role of product innovation and marketing capability to enhance marketing performance in beads Small Medium Enterprise, East Kalimantan. We observe that while the variables product innovation and marketing capability have a significant positive effect on Marketing Performance Small Medium Enterprises. The number of samples used is 110 respondents. Data analysis method used is Multiple Linear Regression using SPSS version 21.

Keywords: *Product innovation, marketing capability; marketing performance*