

ABSTRAK

Penelitian ini akan membahas tentang meningkatkan kinerja pemasaran melalui adopsi *mobile marketing* dan inovasi sebagai variabel intervening dengan dukungan orientasi kewirausahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Responden yang digunakan sebanyak 106 pengusaha ikan hias dan aquascape.

Teknik analisis data yang digunakan adalah *structural equation model* (SEM) melalui program AMOS. Hasil pengujian menggunakan SEM menunjukkan kriteria goodness of fit full model adalah chi-square 115,818 ,cmin/df 1,70 , degree of freedom 99, probability 0.119, GFI 0.0.885, AGFI 0.842, CFI 0.983, TLI 0.979 , RMSEA 0,04.

Hasil penelitian menunjukkan dua proses. Proses pertama menyatakan orientasi kewirausahaan memiliki peran dalam meningkatkan inovasi yang berpengaruh secara langsung secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Proses kedua menyatakan orientasi kewirausahaan memiliki peran dalam meningkatkan adopsi *mobile marketing* yang berpengaruh secara langsung secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Adopsi *Mobile Marketing*, Inovasi, Kinerja Pemasaran