

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel Pemasaran Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM batik tulis Lasem di Rembang, Jawa Tengah melalui variabel Adaptabilitas Selera Pelanggan, Kecepatan Inovasi, dan Keunggulan Bersaing. Penelitian ini mengambil sebanyak 120 responden pemilik UMKM batik tulis Lasem di Rembang, Jawa Tengah. Alat analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) versi 21. Hasil analisis data untuk keseluruhan model telah memenuhi kriteria *Goodness Of Fit* dengan nilai *chi square* = 168,396, derajat kebebasan (*df*) = 147, probabilitas = 0,109, CMIN/DF = 1,146, GFI = 0,874, AGFI = 0,837, TLI = 0,959, CFI = 0,964 dan RMSEA = 0,035. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model penelitian yang diajukan dapat diterima. Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Pemasaran Kewirausahaan dengan Adaptabilitas Selera Pelanggan, Pemasaran Kewirausahaan dengan Kecepatan Inovasi, Adaptabilitas Selera Pelanggan dengan Keunggulan Bersaing, Kecepatan Inovasi dengan Keunggulan Bersaing, dan Keunggulan Bersaing dengan Kinerja Pemasaran.

Kata Kunci: Pemasaran Kewirausahaan, Adaptabilitas Selera Pelanggan, Kecepatan Inovasi, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran