

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara Orientasi pasar dan kinerja bisnis. Maka dari itu penelitian ini ialah untuk mengembangkan model penelitaian tentang Orientasi pasar memepengaruhi kinerja bisnis. Penelitian ini menggunakan sebanyak 150 responden pemilik Coffe Shop di Solo Raya. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menyebarkan *google form*, kemudian disebarikan secara online. Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yang berfokus pada *Analysis of Moment Structures* (AMOS).

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Semakin tinggi orientasi pasar, maka akan tinggi juga kemampuan inovasi usaha coffe shop. Sedangkan semakin tinggi orientasi kewirausahaan, maka akan tinggi juga kemampuan inovasi usaha coffe shop, kemudian semakin tinggi orientasi kewirausahaan, maka akan tinggi juga daya tarik produk usaha coffe shop. Lalu semakin tinggi kemampuan inovasi, maka akan tinggi juga daya tarik produk usaha coffe shop. Kemudian di lanjut semakin tinggi kemampuan inovasi, maka akan tinggi juga kinerja bisnis usaha coffe shop. Lalu yang terakhir semakin tinggi daya tarik produk, maka akan tinggi juga kinerja bisnis usaha coffe shop.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Inovasi, Daya Tarik Produk, Kinerja Bisnis.