

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten mengenai *product innovation* terhadap *business performance*. Didasarkan *service-dominant logic*, pengembangan variabel *marketing agility*, *sales networking power* dan *market entry speed*. Proses melibatkan 176 pengelola dan pemilik UMKM F&B di Kota Salatiga, Jawa tengah. Data diolah menggunakan AMOS 24. dan, hasilnya menunjukkan *sales networking power* dan *market entry speed* sebagai mediasi, serta *marketing agility* dan *market entry speed* yang juga berfungsi sebagai mediator antara *product innovation* terhadap *business performance*. Temuan penelitian ini menegaskan, *product innovation* yang solid akan dapat meningkatkan *business performance* ketika dilalui oleh *marketing agility*, *sales networking power* dan *market entry speed* sebagai landasan pertukaran nilai.

Kata kunci: *Product innovation, sales networking power, marketing agility, market entry speed, business performance, service-dominant logic.*