

## ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening pada usaha *coffee shop* di eks Karesidenan Surakarta untuk menguji bagaimana kualitas inovasi dan orientasi pasar memengaruhi keberhasilan bisnis. Kinerja *coffee shop* di eks Karesidenan Surakarta menjadi isu yang diangkat dalam studi ini, dan masih di bawah ekspektasi.

Pemilik atau pengelola kedai kopi yang telah buka selama minimal enam bulan merupakan populasi studi. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas atau non-acak digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan sampel secara purposif adalah metode yang digunakan untuk pengambilan sampel. Responden diberi kuesioner sebagai bagian dari strategi pengumpulan data studi. Sebanyak 170 respons kuesioner dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan AMOS 26.

Menurut temuan, keunggulan kompetitif secara signifikan meningkatkan keberhasilan perusahaan. Kinerja bisnis ditingkatkan secara signifikan oleh inovasi produk. Keunggulan kompetitif ditingkatkan secara signifikan oleh inovasi produk. Kinerja bisnis secara positif tetapi sedikit dipengaruhi oleh orientasi pasar. Mengingat orientasi pasar sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, maka dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* di eks Karesidenan Surakarta Lama dapat memperoleh keunggulan bersaing apabila berhasil menerapkan orientasi pasar..

**Kata Kunci: inovasi produk, orientasi pasar, kinerja bisnis dan keunggulan bersaing**