

ABSTRAK

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Kinerja perusahaan ini dapat dinilai dengan membandingkan pencapaian perusahaan dengan target yang telah ditetapkan atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. Banyak faktor dapat mempengaruhi kinerja pemasaran, seperti orientasi pasar, customer relationship management dan keunggulan bersaing. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh orientasi pasar dan customer relationship management terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai intervening.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah penjual makanan di warung makan sekitar alun-alun di kota Sragen yang berjumlah 60 penjual warung makanan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sensus atau sampel jenuh. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. *Customer relationship management* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. *Customer relationship management* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing menjadi variabel yang memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing menjadi variabel yang memediasi *customer relationship management* terhadap kinerja pemasaran

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Customer Relationship Management, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran