

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kemampuan pemasaran terhadap kinerja pemasar pelaku UMKM Catering di Semarang dan Sekitarnya. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini seperti kemampuan inovasi, kemampuan pembelajaran, kemampuan operasional, kemampuan manajemen merek, kemampuan hubungan konsumen, kemampuan pemasaran dan kinerja pemasaran. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan informasi tentang variabel yang berpengaruh pada perkembangan UMKM Catering di Semarang.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari pelaku UMKM catering di Semarang dan sekitarnya yang sudah memiliki ijin usaha dari dinas terkait. Data yang digunakan adalah data primer, yang terdiri dari respons pemilik UMKM catering sebagai responden. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probabilitas, sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *rondomkonvinion sampling*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pemasaran, (2) kemampuan pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pemasaran, (3) Kemampuan operasional berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pemasaran, (4) Kemampuan manajemen merek berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pemasaran, (5) Kepuasan hubungan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pemasaran, dan (6) Kemampuan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kemampuan pemasaran dan kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh faktor-faktor ini.

Kata kunci: Kemampuan inovasi, Kemampuan pembelajaran, Kemampuan operasional, Kemampuan manajemen merek, Kemampuan hubungan Konsumen, Kemampuan pemasaran dan Kinerja Pemasaran.