

ABSTRAK

UMKM Kuliner menjadi industry bisnis yang potensial di Indonesia dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang begitu mendukung perekonomian Indonesia. Persaingan di industri ini pun semakin meningkat seiring dengan jumlah pengusaha UMKM Kuliner yang berkembang pesat.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui dan menganalisis khususnya pengaruh harga produk, Customer Relationship, dan Information System terhadap kinerja pemasaran dengan intervening kepuasan pelanggan yang ada pada UMKM Kuliner di Kota Solo. Sumber data yang dipakai pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel dengan non random sampling tipe sensus. Pengukuran tingkat yang dipakai ialah tingkat interval. Penelitian ini diolah menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software AMOS 22.

Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; *customer relationship* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan; *information system* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran

Kata Kunci : Harga Produk; Customer Relationship; Information System; Kinerja Pemasaran; UMKM Kuliner.