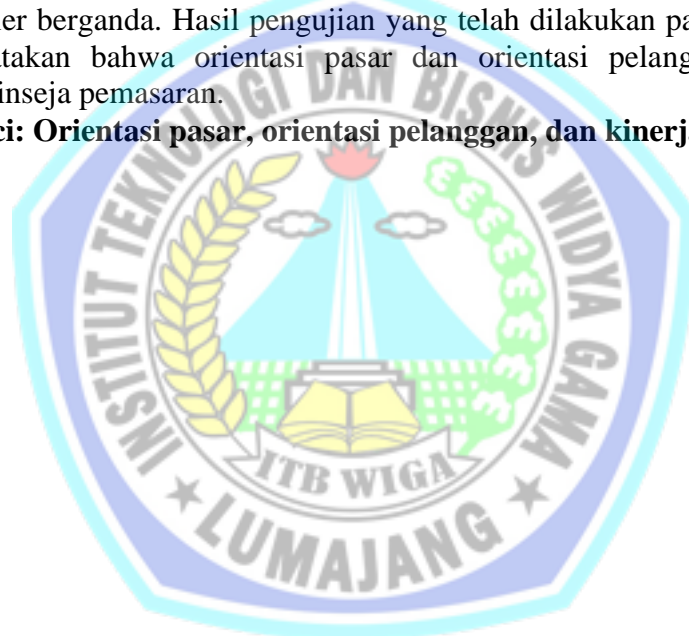


## ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan proses pendistribusian dengan menggunakan beberapa elemen dalam menentukan harga produk yang telah direncanakan bertujuan untuk mendapat keuntungan atau laba. Pada lingkup pemasaran juga berorientasi terhadap produk yang dihasilkan untuk menciptakan nilai kepuasan pelanggan terkait produk yang dihasilkan. Tujuan dari dilakukan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran sentra industri tahu di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Metode yang digunakan penelitian kali ini yaitu kuantitatif. Data yang diperoleh penelitian kali ini berasal dari penyebaran kuesioner oleh para pelaku sentra industri tahu di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* atau *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 47 yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian yang telah dilakukan pada penelitian kali ini menyatakan bahwa orientasi pasar dan orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

**Kata kunci:** Orientasi pasar, orientasi pelanggan, dan kinerja pemasaran.



## **ABSTRACT**

*Marketing management is a distribution process using several elements in determining product prices that have been planned for the purpose of making a profit or profit. In the scope of marketing, it is also oriented towards the products produced to create customer satisfaction value related to the products produced. The purpose of this research is to determine the effect of market orientation and customer orientation on the marketing performance of tofu industrial centers in Kunir District, Lumajang Regency. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study came from the distribution of questionnaires by the tofu industry center actors in Kunir District, Lumajang Regency. In this study using nonprobability sampling or purposive sampling with a total of 47 respondents which were then analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The results of the tests that have been carried out in this study state that market orientation and customer orientation have an effect on marketing performance.*

**Keywords:** *Market orientation, customer orientation, and marketing performance.*

