

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan proses distribusi dengan menggunakan beberapa elemen untuk menentukan harga produk yang telah direncanakan dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Tujuan dari dilakukan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, keunggulan kompetitif dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran CV. Batik Ismoyo Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu metode kuantitatif. Data yang diperoleh penelitian kali ini berasal dari penyebaran kuesioner oleh para pelaku CV. Batik Ismoyo Lumajang. Pada penelitian ini menggunakan *sampling jenuh* dengan jumlah responden sebanyak 30 yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian yang telah dilakukan pada penelitian kali ini menyatakan bahwa *digital marketing*, keunggulan kompetitif dan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 3,2% sedangkan sisanya 96,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti loyalitas kerja dan background pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian ini, CV. Batik Ismoyo Lumajang perlu mengembangkan media sosial yang semakin berkembang pesat agar dapat bersaing dengan dengan pesaing lainnya.

Kata kunci: *Digital marketing*, keunggulan kompetitif, inovasi produk dan kinerja pemasaran.

ABSTRACT

Marketing management is a distribution process by using several elements to determine the price of a product that has been planned and aims to get a profit or profit. The purpose of this research is to determine the effect of digital marketing, competitive advantage and product innovation on the marketing performance of CV. Ismoyo Lumajang Batik. The method used in this research is quantitative method. The data obtained in this study came from the distribution of questionnaires by the perpetrators of CV. Ismoyo Lumajang Batik. In this study using saturated sampling with the number of respondents as many as 30 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 digital marketing, competitive advantage and product innovation have no effect on marketing performance. Koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 3,2% sedangkan sisanya 96,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti loyalitas kerja dan background pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian ini, CV. Batik Ismoyo Lumajang perlu mengembangkan media sosial yang semakin berkembang pesat agar dapat bersaing dengan dengan pesaing lainnya.

Keywords: *Digital marketing, competitive advantage, product innovation and marketing performance.*

