

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran merek dan orientasi inovasi terhadap kinerja keuangan dengan kinerja pemasaran sebagai variabel mediasi. Sampel dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis budaya di Kabupaten Mojokerto tahun 2017. Pada penelitian ini menggunakan teknik *Partial least squared* dengan 34 sampel UKM dan dilakukan penelitian lapangan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (2) Orientasi Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan (3) Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran (4) Orientasi Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran (5) Kinerja Pemasaran berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan (6) Kesadaran Merek berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan yang dimediasi Kinerja Pemasaran (7) Orientasi Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan yang dimediasi Kinerja Pemasaran.

Kata kunci: kesadaran merek, orientasi inovasi, kinerja pemasaran, kinerja keuangan