

## ABSTRAK

**UMMU KALSUM RAHIM R. 2023.** Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Citra Merek Pada UMKM Pakaian Muslimah Di Kota Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Oesman Lewangka dan Pembimbing II Andi Mappatempo.

Usaha mikro, kecil, menengah pakaian muslimah di Kota Makassar menunjukkan fluktuasi kinerja pemasaran yang tidak stabil dalam 6 bulan terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran melalui citra merek pada UMKM pakaian muslimah di Kota Makassar. Penelitian dilaksanakan di Rumah Jahit Akhwat Kota Makassar dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan instrumen wawancara dan kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling dan menghasilkan 114 sampel yang diteliti selama 2 bulan pada bulan Januari – Februari 2023. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur dengan metode SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek menandakan bahwa promosi efektif dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap merek yang ditawarkan. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek sehingga mampu menghadirkan produk-produk inovatif dari pesaing. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran sehingga dapat meningkatkan awareness konsumen terhadap produk mereka. Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran yang menunjukkan bahwa faktor lain selain inovasi produk mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM tersebut. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran yang berkontribusi membangun loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian ini juga menemukan bahwa citra merek mampu memediasi promosi terhadap kinerja pemasaran yang berarti bahwa promosi yang baik akan meningkatkan citra merek dan berkontribusi pada kinerja pemasaran. Citra merek juga mampu memediasi inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Produk-produk inovatif dapat membangun citra merek yang positif dan meningkatkan kinerja pemasaran mereka. Penelitian ini merekomendasikan agar UMKM mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dan terarah, produk-produk inovatif yang unik, serta memperkuat citra merek mereka.

**Kata Kunci :** *Kinerja Pemasaran, Promosi, Inovasi Produk, Citra Merek*

## ABSTRACT

**UMMU KALSUM RAHIM R. 2023.** The Effect of Promotion and Product Innovation on Marketing Performance Through Brand Image in Muslimah Clothing MSMEs in Makassar City. Supervised by Advisor I Oesman Lewangka and Advisor II Andi Mappatempo.

Micro, small and medium enterprises for Muslim clothing in Makassar City have shown unstable marketing performance fluctuations in the last 6 months. This study aims to examine the effect of promotion and product innovation on marketing performance through brand image in Muslim clothing MSMEs in Makassar City. The research was carried out at Rumah Jahit Akhwat in Makassar City using a quantitative approach. Data collection using interview instruments and questionnaires. The sampling technique used was simple random sampling and produced 114 samples which were studied for 2 months from January to February 2023. The analytical technique used in this study was path analysis using the SEM-PLS method.

The results of the study show that promotion has a positive and significant effect on brand image indicating that effective promotion can increase consumer positive perceptions of the brands offered. Product innovation has a positive and significant effect on brand image so that it is able to present innovative products from competitors. Promotion has a positive and significant effect on marketing performance so that it can increase consumer awareness of their products. Product innovation has no significant effect on marketing performance which indicates that other factors besides product innovation may be more dominant in influencing the marketing performance of these MSMEs. Brand image has a positive and significant effect on marketing performance which contributes to building consumer loyalty to the product. This study also found that brand image is able to mediate promotion on marketing performance, which means that good promotion will enhance brand image and contribute to marketing performance. Brand image is also able to mediate product innovation on marketing performance. Innovative products can build a positive brand image and enhance their marketing performance. This study recommends that MSMEs develop more effective and targeted promotional strategies, unique innovative products, and strengthen their brand image.

**Keywords:** *Marketing Performance, Promotion, Product Innovation, Brand Image*