**ABSTRAK**

Anang Martoyo, NPM: 189010012, Pangaruh Daya Tarik Pasar jeung Kaunikan Sumberdaya kana Stratégi Pasar jeung Stratégi Bauran Pemasaran katut Implikasina kana Kinerja Pamasaran Pelaku Usaha Mikro di Wilayah DKI Jakarta, dipingpin ku promotor Prof. Dr. H. Sucherly, SE., MS. jeung Co-promotor Dr. H. Undang Juju, SE., MP.

UMKM, sabagé manifestasi ékonomi masarakat, mangrupa séktor industri anu rélatif mampuh salamet di tengah-tengah paréndéngna ékonomi dunya alatan pandémik COVID-19. Tapi, sektor UMKM, khususna segmen mikro, ngagaduhan masalah dina hal pertumbuhan kinerja sareng ningkatkeun skala usaha. Panulis ngaidentipikasi yén kamampuan palaku usaha mikro pikeun ngamangpaatkeun daya tarik pasar sareng sumber daya unik masih teu optimal. Dina ieu panalungtikan, kamampuh para palaku usaha mikro ngalaksanakeun stratégi pasar jeung stratégi bauran pemasaran pikeun ngaronjatkeun kinerja pamasaran usahana ditalungtik jeung dianalisis.

Métode panalungtikan kuantitatif asosiatif digunakeun pikeun nangtukeun kaayaan variabel panalungtikan sarta hubungan antara variabel eksogen jeung endogen jeung unit analisis palaku usaha mikro narima KUR Bank BRI di wewengkon DKI Jakarta. Téhnik sampling dilaksanakeun ngagunakeun proportional-clustered-random-sampling kalayan ukuran sampel 400 responden. Sumber data panalungtikan ngawengku sumber data primér jeung sekundér kalawan ngumpulkeun data ngaliwatan observasi, studi pustaka, wawancara jeung angkét cross-sectional. Téhnik analisis ngagunakeun analisis SEM kalawan program LISREL 8.8.

Hasil panalungtikan nunjukkeun yén sacara déskriptif kaayaan daya tarik pasar aya dina kriteria cukup pikaresepeun nepi ka pisan pikaresepeun, sedengkeun keunikan sumber daya aya dina kriteria cukup unik kana unik, strategi pasar jeung strategi bauran pamasaran aya dina kriteria cukup éféktif pikeun éféktif, sarta kinerja pamasaran dina kriteria rada luhur ka luhur. Hasil panalungtikan ogé némbongkeun yén aya pangaruh anu signifikan tina daya tarik pasar jeung keunikan sumber daya kana strategi pasar ku 79,40% sarta pangaruh kana strategi marketing mix nyaeta 67,70%, kitu ogé strategi pasar jeung marketing mix strategi boga pangaruh signifikan kana kinerja marketing. ku 84, 20%. Positioning dina strategi pasar sareng distribusi dina strategi campuran pamasaran masing-masing masihan kontribusi anu paling dominan dina mangaruhan kinerja pamasaran.

Rekomendasi pikeun palaku usaha mikro dina ngarumuskeun stratégi pasar jeung stratégi bauran pemasaran pikeun merhatikeun aspék inténsitas kompetisi jeung kompeténsi SDM unggul pikeun ngahontal perbaikan kinerja pamasaran anu leuwih optimal.

Kata Kunci: Daya Tarik Pasar, Kaunikan Sumberdaya, Strategi Pasar, Strategi Campuran Pemasaran, Kinerja Pemasaran.