

ABSTRAK

Industri kopi di Indonesia saat ini mempunyai pasar dan potensi yang besar. Sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3, produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada tahun 2022, meningkat sekitar 1,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Terlebih lagi, kedai kopi berkembang pesat. Khusus di Kota Bekasi, jumlah kedai kopi meningkat dari 79 kedai kopi pada tahun 2020 menjadi 199 unit pada tahun 2021. Dalam persaingan yang ketat perusahaan harus memiliki daya saing yang kuat, salah satunya adalah menciptakan sebuah orientasi inovasi produk yang dapat melakukan pengembangan inovasi *coffee shop* dari berbagai aspek. Namun, informasi terkini mengenai kinerja, orientasi inovasi produk, dan pengaruhnya terhadap kedai kopi tersebut masih kurang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh orientasi inovasi produk terhadap kinerja Kedai Kopi di Kota Bekasi. Penelitian kuantitatif ini menggunakan purposive sampling. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disebarakan kepada 385 responden yang berasal dari kedai kopi di Kota Bekasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Multikolinearitas. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Sederhana dan Hipotesis Parsial serta Koefisien Determinasi untuk menguji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara orientasi inovasi produk terhadap kinerja kedai kopi secara parsial.

Kata Kunci: Orientasi Inovasi Produk, Kinerja UMKM, Kedai Kopi, Ekonomi Kreatif