

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh inovasi dan kreativitas program pemasaran terhadap kapabilitas jejaring usaha dan dampaknya pada kinerja pemasaran dengan mediasi komitmen perilaku. Masalah penelitian adalah bagaimana meningkatkan kinerja pemasaran?

Sampel penelitian ini adalah UMKM Bandeng Presto di Kota Semarang, sejumlah 102 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas program pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas jejaring usaha dan dampaknya pada kinerja pemasaran dengan mediasi komitmen perilaku.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kapabilitas jejaring usaha; kreativitas program pemasaran berpengaruh terhadap kapabilitas jejaring usaha; inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran; kreativitas program pemasaran tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, kapabilitas jejaring usaha berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, kapabilitas jejaring usaha berpengaruh terhadap komitmen perilaku, dan komitmen perilaku berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci: inovasi, kreativitas program pemasaran, kapabilitas jejaring usaha, kinerja pemasaran, dan komitmen perilaku