

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari faktor *social networking*, *multichannel retailing growth*, *market orientation*, dan *market entry capability* terhadap *firm performance*. Pengambilan sampel digunakan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total sampel yang digunakan sebanyak 405 responden yang merupakan pelaku UKM di Jawa Tengah. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) dengan program AMOS, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social networking* berpengaruh positif terhadap *multichannel retailing growth*, *market orientation* tidak berpengaruh terhadap *multichannel retailing growth*, *market orientation* berpengaruh positif terhadap *market entry capability*, *multichannel retailing growth* tidak berpengaruh terhadap *market entry capability*, *multichannel retailing growth* berpengaruh positif terhadap *firm performance*, *market entry capability* berpengaruh negatif terhadap *firm performance*.

**Kata Kunci:** *social networking, multichannel retailing growth, market orientation, market entry capability, firm performance.*