

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Image, Digital Marketing, dan Organizational Agility terhadap Keunggulan Bersaing serta dampaknya pada Kinerja Bisnis pada tire shop di wilayah Jawa Tengah. Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana peningkatan kinerja usaha dapat dicapai melalui strategi penguatan citra merek, penerapan pemasaran digital, dan kelincahan organisasi, baik secara langsung maupun melalui keunggulan bersaing sebagai faktor penentu daya saing usaha.

Populasi dalam penelitian ini meliputi pemilik dan manajer tire shop yang beroperasi di wilayah Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik area sampling yang termasuk probability sampling, dengan total 150 responden. Penggunaan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan program AMOS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tujuh antarvariabel yang diuji, hanya tiga hubungan yang berpengaruh signifikan, sedangkan empat lainnya tidak berpengaruh nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa Brand Image, Digital Marketing, dan Organizational Agility belum sepenuhnya mampu memberikan pengaruh langsung yang kuat terhadap Keunggulan bersaing maupun Kinerja Bisnis. Dengan demikian, peningkatan kinerja tire shop di Jawa Tengah kemungkinan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini, seperti strategi pelayanan dan loyalitas pelanggan

Kata Kunci : Brand Image, Digital Marketing, Organizational Agility, Keunggulan Bersaing, Kinerja Bisnis.