

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh penginderaan pasar, pemasaran kewirausahaan, kemampuan jaringan, dan keunggulan bersaing mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM makanan dan minuman di Kota Semarang. Permasalahan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini mangacu pada *research gap* dari penelitian terdahulu, oleh sebab itu perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana proses penginderaan pasar dan pemasaran kewirausahaan dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 200 responden UKM makanan dan minuman di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu *stuctural equation model* (SEM) pada program AMOS. Hasil analisis data untuk model secara keseluruhan telah memenuhi kriteria *Goodness Of Fit* yaitu nilai *chi-square* = 213,800; *probability* = 0,059; CMIN/DF = 1,168; GFI = 0,901; AGFI = 0,875; TLI = 0,988; CFI = 0,989; RMSEA = 0,029. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa model penelitian yang diajukan dapat diterima.

Penelitian ini mempunyai 5 hipotesis dan sudah diuji, ada 1 hipotesis yang ditolak dan 4 diterima. Hipotesis 1 penginderaan pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hipotesis 2 pemasaran kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan jaringan. Hipotesis 3 keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hipotesis 4 kemampuan jaringan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hipotesis 5 kemampuan jaringan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Penginderaan Pasar, Pemasaran Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Kemampuan Jaringan, dan Kinerja Pemasaran.