

ABSTRAKSI

Sudah menjadi kebutuhan mendesak bahwa suatu perusahaan yang senantiasa ingin eksis dalam dunia usaha harus selalu kompetitif dan meningkatkan kinerjanya. Perusahaan yang tidak kompetitif akan gagal dalam usahanya. Banyak perusahaan yang bereaksi terhadap tantangan ini dengan membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan maupun pemasok mereka. Dengan menciptakan hubungan dengan pemasok akan didapatkan kelangsungan dalam pemenuhan material dan keuntungan dalam hal efisiensi biaya perusahaan dalam pemenuhan barang-barang produksi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa besarnya pengaruh ketergantungan, komitmen dan kepercayaan terhadap hubungan pemasaran serta besarnya pengaruh hubungan pemasaran terhadap biaya perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengelola perusahaan mebel yang ada di Kabupaten Jepara. Data diperoleh dari kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 155 perusahaan. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)*.

Secara keseluruhan model penelitian dalam analisis Full Structural Equation Model, menunjukkan hasil yang baik, dimana indeks-indeks kesesuaian model seperti $\chi^2 - chi\ square$ (131,477), *probability* (0,101), *GFI* (0,912), *AGFI* (0,879), *TLI* (0,977), *CFI* (0,981) dan *RMSEA* (0,034). Hasil analisa mendukung 4 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu : ketergantungan berpengaruh positif terhadap hubungan pemasaran, komitmen berpengaruh positif terhadap hubungan pemasaran, kepercayaan berpengaruh positif terhadap hubungan pemasaran serta hubungan pemasaran berpengaruh positif terhadap penurunan biaya perusahaan.

Kata Kunci : Ketergantungan, Komitmen, Kepercayaan, Hubungan Pemasaran, Penurunan Biaya Perusahaan.