

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan *Service Dominant Logic* (SDL) untuk mengelola *relasional capital* agar dapat meningkatkan *marketing performance*.

Penelitian ini menggunakan metode deduktif. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik industri ekonomi kreatif mebel di Jawa Tengah. Data dianalisis menggunakan model persamaan struktural atau *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Analysis of Moment Structure* (AMOS) versi 24. Peneliti kemudian melakukan penyaringan (*screening*) dan pemangkasan (*trimming*) secara cermat dan bertahap dengan tujuan untuk memenuhi asumsi *normalitas* dan *outlier*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 511 responden yang memenuhi tahapan uji.

Temuan penelitian menunjukkan sembilan hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak. Penerimaan hipotesis yang diajukan dalam studi ini menunjukkan betapa pentingnya variabel *relational capital*, *synergizing customer bond*, *entrepreneur bricolage*, *digital technology support* dan *strategic flexibility* dalam mendorong *marketing performance*. SCB sebagai konstruk baru yang diajukan juga terbukti secara meyakinkan sebagai variabel mediasi, yang berperan penting untuk mengisi puzzle riset gap, dengan memperjelas hubungan antara *relational capital* dan *marketing performance*. Kerangka kebaruan penelitian ini dikembangkan dan disintesakan dari konsep-konsep pemasaran yang relevan, sehingga studi ini memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun manajerial.

Kata Kunci : *synergizing customer bond*, *relasional capital*, *marketing performance*