

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas hubungan pelanggan, kompetensi sosial kewirausahaan dan penginderaan pelanggan terhadap kapabilitas penetrasi pasar berkarakter familiaritas sehingga tercapai kinerja pemasaran serta bagaimana kualitas hubungan pelanggan, intensitas jejaring bisnis dan penginderaan pelanggan yang mempengaruhi kinerja pemasaran.

Penelitian mengambil sampel pada UMKM makanan dan minuman hasil pertanian di Provinsi Banten. Populasi adalah seluruh pemilik/pengelola UMKM makanan dan minuman hasil pertanian. Jumlah sampel 209 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara langsung dengan responden menggunakan metode sensus. Data sekunder diperoleh dari Disperindagkop, BPS Provinsi Banten. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kuantitatif.

Hasil analisis membuktikan bahwa kualitas hubungan pelanggan, kompetensi sosial kewirausahaan dan penginderaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kapabilitas penetrasi pasar berkarakter familiaritas sehingga mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Kompetensi sosial kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap intensitas jejaring bisnis sehingga mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Temuan hasil penelitian lainnya adalah kualitas hubungan pelanggan dan penginderaan pelanggan tidak terbukti mempengaruhi secara signifikan kinerja pemasaran tetapi koefisien parameter bernilai positif artinya peningkatan kualitas hubungan pelanggan dan penginderaan pelanggan masih diikuti dengan meningkatnya kinerja pemasaran karena kualitas hubungan pelanggan dan penginderaan pelanggan bukan faktor yang dominan mempengaruhi kinerja pemasaran.

Penelitian ini memberikan kontribusi menambah literature teori *RBV*, Modal Sosial dan teori kewirausahaan. Dengan konsep baru yang dikembangkan untuk disertasi ini yaitu kapabilitas penetrasi pasar berkarakter familiaritas. Kontribusi manajerial adalah pengembangan kinerja pemasaran melalui kapabilitas penetrasi pasar berkarakter familiaritas dan intensitas jejaring bisnis.

Kata kunci : kapabilitas penetrasi pasar berkarakter familiaritas, intensitas jejaring bisnis, kinerja pemasaran