

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian terapan yang bertujuan untuk membangun konsep baru kualitas memobilisasi jejaring untuk mengatasi kesenjangan penelitian antara modal relasional dan kinerja bisnis. Model penelitian ini diuji cobakan pada anak perusahaan Bank Rakyat Indonesia. Modal relasional dengan indikator saling percaya, komitmen, aliansi bisnis, dan hubungan yang saling menguntungkan. BRI merupakan bank dengan jumlah aset terbesar di Indonesia. Namun, Bank Rakyat Indonesia masih mengalami kendala dengan kinerja bisnis. Hal ini menimbulkan pertanyaan apa yang harus dilakukan Bank Rakyat Indonesia untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui aplikasi *Google Form* dan dibantu oleh Bank Rakyat Indonesia di Jakarta. Responden dalam penelitian ini adalah kepala cabang atau kepala kantor dari masing-masing cabang anak perusahaan Bank Rakyat Indonesia dengan jumlah sampel 267 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Stratified Random Sampling*. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan beberapa indikator, kemudian dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software AMOS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu membangun dan meningkatkan kualitas memobilisasi jejaring dapat meningkatkan kinerja bisnis. Hasil pengujian dengan menggunakan pengaruh langsung dan tidak langsung memberikan bukti empiris bahwa modal relasional dan manajemen hubungan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi kinerja bisnis melalui kualitas memobilisasi jejaring. Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh kausalitas yang paling kuat adalah pengaruh langsung dari kemampuan pemasaran evangelis terhadap kinerja bisnis.

Kata kunci : Modal relasional, Manajemen hubungan pelanggan, Kualitas memobilisasi jejaring, Kemampuan pemasaran evangelis, Kinerja bisnis.