ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh aset pemasaran strategic terhadap kualitas hubungan mutualistik dalam meningkatkan kinerja outlet. Penggunaan variabel-variabel tersebut dapat memecahkan permasalahan yang terjadi pada Maestro Sports.

Sampel penelitian ini adalah manajer outlet Maestro Sports, sejumlah 75 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji koefisien regresi parsial serta f-statistik untuk menguji keberartian pengaruh secara bersama-sama dengan *level of significance* 5%. Selain itu juga dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji dan heteroskedastisitas

Hasil analisis menunjukkan bahwa aset pemasaran stratejik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan mutualistik dan kinerja outlet. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja outlet Maestro Sports, manajemen perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor seperti aset pemasaran stratejik dan kualitas hubungan mutualistik, karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja outlet.

Kata Kunci : aset pemasaran stratejik, kualitas hubungan mutualistik dan kinerja outlet

SEMARANG

FEB UNDIP