ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kemampuan merespon pasar dan inovasi produk terhadap penetrasi pasar pada kinerja pemasaran. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana cara untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Populasi dan Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah Industri Rumahan Telor Asin di Kabupaten Brebes yang berjumlah 102 responden dilakukan dengan metode sensus. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan jawaban nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 7 (sangat setuju). Alat analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui program AMOS.

Dari hasil analisis data yang menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima dengan *full structural equation model*, indeks *goodness of fit* adalah *Chi-Square* = 77,930; df = 59; *Probability* = 0,768; RMSEA = 0,001; GFI = 0,932; AGFI = 0,868; TLI = 1,018; dan CFI = 1,000. Tiga hipotesis dapat diterima karena memenuhi syarat. Tiga hipotesis tersebut yaitu kemampuan merespon pasar terhadap penetrasi pasar, inovasi produk terhadap kinerja pemasaran, dan penetrasi pasar terhadap kinerja pemasaran.

Kesimpulan dari hasil pengujian model yang diterapkan pada Industri Rumahan Telor Asin di Kabupaten Brebes menunjukkan bahwa untuk mendapatkan penetrasi pasar dalam kinerja pemasaran adalah melihat besarnya kemampuan merespon pasar. Sedangkan untuk mendapatkan penetrasi pasar dalam kinerja pemasaran adalah melihat besarnya inovasi produk. Penelitian ini memberikan beberapa keterbatasan penelitian serta agenda penelitian mendatang yang bias dilakukan pada penelitian lanjutan.

Kata kunci: *Kemampuan merespon pasar, inovasi produk, penetrasi pasar, Kinerja Pemasaran*

SEMARANG
FEB UNDIP