

## ABSTRAK

Aditya Liliyan: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 27 Agustus 2018. Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Bidang Kerajinan Di Kabupaten Rembang dengan Pemasaran Interaktif Sebagai Mediasi. Pembimbing I: Dr. Yuni Istanto, M.Si dan Pembimbing II: Dr. Dyah Sugandini, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja pemasaran UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Rembang yang dimediasi oleh pemasaran interaktif. Dalam penelitian ini pemasaran interaktif terdiri dari *trust*, *relationship commitment* dan *complaint handling*. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2018. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Rembang. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif, dan analisis kuantitatif dengan teknik analisis *structural equation model (SEM)*.

Temuan penelitian ini, yaitu: 1). *Entrepreneurial marketing* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran; 2). *Entrepreneurial marketing* memiliki pengaruh positif terhadap *trust*, *relationship commitment* dan *complaint handling*; 3). *Trust*, *relationship commitment* dan *complaint handling* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. 4). Pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja pemasaran pengaruhnya akan lebih besar apabila dimediasi oleh *trust*, *relationship commitment* dan *complaint handling* dibandingkan tidak dimediasi oleh *trust*, *relationship commitment* dan *complaint handling*.

Implikasi penelitian berkaitan dengan ditemukannya indikator dengan skor terendah dari variabel *entrepreneurial marketing* yaitu tentang proaktif. Sebaiknya pelaku UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Rembang lebih proaktif dalam menjalankan usahanya. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih aktif dalam pencarian peluang, memiliki perspektif kedepan meliputi pengenalan produk baru untuk menghadapi kompetisi dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan di masa mendatang untuk membuat perubahan dan membentuk lingkungan. Faktor mediasi diantaranya *trust*, *relationship commitment*, dan *complaint handling* sudah termasuk dalam katogeri baik. Namun faktor *complaint handling* memiliki rata-rata terendah diantara yang lain. Maka disarankan sebaiknya pelaku UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Rembang lebih meningkatkan lagi faktor dalam menanggapi keluhan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan selalu empati, lebih cepat, bersikap adil dalam menangani keluhan pelanggan dan juga memberikan *contact person* yang mudah dihubungi apabila ada pelanggan yang complain.

Kata kunci : *entrepreneurial marketing*, pemasaran interaktif, *trust*, *relationship commitment*, *complaint handling* dan kinerja pemasaran.