

ABSTRAK

PENGARUH ENTREPRENEURIAL MARKETING TERHADAP KINERJA DIMEDIASI COMPETITIVE ADVANTAGE DAN DIMODERASI TECH TURBULENCE

Muhammad Rafie Darmawan¹⁾, Mohamad Trio Febriyanto, S.E., M.M, Ph.D.²⁾

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari *Entrepreneurial Marketing*, *Business Performance*, *Competitive Advantage*, dan *Technological Turbulence* dalam studi kasus terhadap pemilik UMKM di Tangerang Selatan. Pada proses penelitian, metode penelitian kuantitatif menjadi metode yang digunakan dengan objek pemilik UMKM yang memiliki bsinsi UMKM di Tangerang Selatan, dengan lama waktu berbisnis sekurang-kurangnya adalah 3 tahun. Penelitian ini berbasis populasi dari jumlah UMKM di Tangerang Selatan yang berkisar di antara 147.602. Menggunakan metode *probability sampling*, didapatkan sampel berjumlah sebesar 400 sampel dengan menggunakan rumus slovin. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM), yang berbasis pada *Partial least Square* (PLS) menggunakan software SmartPLS versi 4.0. hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Marketing* memiliki pengaruh terhadap *Business Performance*, dan *Competitive Advantage*. *Competitive Advantage* berpengaruh terhadap *Business Performance* dan menjadi mediasi untuk pengaruh tidak langsung dari *Entrepreneurial Marketing* terhadap *Business Performance*. *Technological Turbulence* tidak memiliki pengaruh dan tidak memoderasi hubungan antara *Entrepreneurial Marketing* terhadap *Business Performance*.

Kata Kunci: *Entrepreneurial Marketing*, *Business Performance*, *Competitive Advantage*, *Technological Turbulence*, UMKM, *Structural Equation Modeling (SEM)*, *Partial Least Squares (PLS)*, Tangerang Selatan.