

ABSTRAK

Eka Novita Sari, Manajemen Pemasaran Internasional, Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dengan *Entrepreneurial Marketing* (Studi Pada Brilink Kristian Jhonathan)

Entrepreneurial marketing adalah sebuah konsep yang berfokus pada identifikasi dan pemanfaatan peluang untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji teori Morris et al. (2002) yaitu: proaktif, pengambilan resiko yang diperhitungkan, inovasi, fokus pada peluang, pemanfaatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai terhadap kepuasan konsumen di Brilink Kristian Jhonathan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan metode survey dalam memperoleh data yang dibutuhkan. Ukuran sampel penelitian ini adalah 80 konsumen Brilink Kristian Jhonathan. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data. Temuan mengungkapkan bahwa proaktif dan pemanfaatan sumber daya tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengambilan resiko, inovasi, fokus pada peluang, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil pengujian diketahui seluruh variabel independen F secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: proaktif, pengambilan resiko yang diperhitungkan, inovasi, fokus pada peluang, pemanfaatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai.

ABSTRACT

Eka Novita Sari, *International Marketing Management, Increasing Consumer Satisfaction With Entrepreneurial Marketing (Study on Brilink Kristian Jhonathan)*

Entrepreneurial marketing is a concept that focuses on identifying and exploiting opportunities to attract and retain customers. This study aims to test the theory of Morris et al. (2002) namely: proactive, calculated risk taking, innovation, focus on opportunities, utilization of resources, customer intensity and value creation towards customer satisfaction at Brilink Kristian Jhonathan.

This study applied a quantitative approach with the aid of survey method in obtaining the data needed. The sample size of this study was 80 consumers of Brilink Kristian Jhonathan. Multiple regressions analytical tool were used to analyze the data. Findings reveal that proactiveness and resource leveraging has no positive effect on consumer satisfaction. calculated risk-taking, innovativeness, opportunity focus, customer intensity, and value creation has significant and positive effects on customer satisfaction. From the test results, it is known that all independent variables F simultaneously affect customer satisfaction.

Keywords: *proactiveness, calculated risk-taking, innovativeness, opportunity focus, resource leveraging, customer intensity, dan value creation*