

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap kinerja pemasaran dengan *agility* sebagai variabel *intervening* studi pada UMKM Busana Muslim di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM Busana Muslim di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden dengan pengambilan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan analisis *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kewirausahaan dan *e-commerce* dan *agility* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. *Agility* positif mempengaruhi kinerja pemasaran dan *agility* mampu menjadi variabel *intervening* antara kewirausahaan dan *e-commerce* to *agility* terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci : Kewirausahaan , *E-Commerce* , *Agility* , Kinerja Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurship and e-commerce on marketing performance with agility as an intervening variable in the study of Muslim Fashion MSMEs in Semarang City. The population in this study is the owner or manager of Muslim Clothing MSMEs in the city of Semarang. The number of samples used by 100 respondents with data collection using a questionnaire. The data analysis used was descriptive quantitative and *Partial Least Square (PLS)* analysis.

The results of the study reveal that entrepreneurship and *e-commerce* and *agility* have a significant influence on marketing performance. Agility positively affects marketing performance and agility can be an *intervening* variable between entrepreneurship and *e-commerce* to *agility* on marketing performance.

Keywords: Entrepreneurship, *E-Commerce*, *Agility*, Marketing Performance.