

## ABSTRAK

Skripsi ini meneliti pengaruh *knowledge* dan komunikasi terhadap kinerja aktivitas pembelian melalui keselarasan tujuan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam hubungan antara UKM dengan pemasok. UKM dalam hal ini dipilih sebagai subjek penelitian karena peranan UKM dalam memajukan perekonomian masyarakat Indonesia.

Pada penelitian ini dipilih dua variabel independen yaitu *knowledge* dan komunikasi, keduanya diuji apakah berpengaruh terhadap kinerja aktivitas pembelian (sebagai variabel dependen) UKM melalui keselarasan tujuan (*goal congruence*) sebagai variabel intervening. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *path analysis* (analisa jalur). Adapun populasi dari penelitian ini adalah UKM yang memiliki hubungan secara kontinyu dengan pemasok bahan baku di daerah Kediri, Jawa Timur. Studi ini mengambil 40 sampel dengan metode *purposive sampling*.

Studi ini menggunakan kuesioner dalam mengukur variabel yang ada. Kuesioner yang ada merupakan hasil dari modifikasi skala Likert dengan lima skala pengukuran dan rasio. Pengujian statistik yang dilakukan menghasilkan bahwa *knowledge* dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap keselarasan tujuan dan kinerja aktivitas pembelian, dan keselarasan tujuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja aktivitas pembelian UKM.

Kata kunci : *knowledge*, komunikasi, keselarasan tujuan dan kinerja aktivitas pembelian.