

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Orientasi pasar mempunyai hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kerajinan di Kota Padang.
2. Kualitas produk mempunyai hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kerajinan di Kota Padang.
3. Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kerajinan di Kota Padang.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Temuan bahwa orientasi pasar menunjukkan pentingnya UMKM untuk lebih fokus dan responsif terhadap kebutuhan dan preferensi pasar, hal ini mengindikasikan bahwa UMKM perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang pasar, melakukan riset pasar yang lebih mendalam, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Selanjutnya kualitas produk dengan kinerja pemasaran menyoroti pentingnya UMKM kerajinan di Kota Padang untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Upaya untuk meningkatkan standar kualitas dapat membantu UMKM membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperluas pangsa pasar mereka. Ini juga bisa membedakan mereka dari pesaing dan memungkinkan penetrasi pasar yang lebih dalam.

Lalu inovasi produk kerajinan menghadapi tantangan dalam mengadopsi dan mengimplementasikan inovasi produk secara efektif, hal ini dapat mengindikasikan adanya hambatan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya dukungan untuk riset dan pengembangan, serta minimnya respons pasar terhadap produk inovatif. UMKM perlu mengidentifikasi hambatan-hambatan ini dan mencari solusi yang tepat, seperti peningkatan investasi dalam R&D, kolaborasi dengan institusi pendidikan atau pusat inovasi, serta mempertimbangkan ulang strategi inovasi mereka.

Dengan mempertimbangkan implikasi ini, UMKM kerajinan di Kota Padang dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan orientasi pasar, meningkatkan kualitas produk, dan menanggulangi tantangan dalam inovasi. Hal ini dapat membantu mereka memperkuat posisi mereka di pasar lokal maupun mempersiapkan ekspansi ke pasar yang lebih luas di masa depan.

## **5.2 Keterbatasan**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM kerajinan di Kota Padang sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada Kabupaten dan Kota lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi Kinerja pemasaran yaitu orientasi pasar, kualitas produk dan inovasi produk, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi Kinerja pemasaran

seperti orientasi kewirausahaan, kualitas layanan dan lainnya masih terabaikan.

3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 104 orang responden.

### **5.3 Saran**

Bagi perusahaan :

1. Sebaiknya UMKM kerajinan memahami pasar dan konsumen untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan tren yang sedang berlangsung di pasar kerajinan, baik lokal maupun regional.
2. Sebaiknya UMKM kerajinan tetap konsistensi dalam kualitas produk dengan memperhatikan setiap tahap produksi. Pastikan bahan baku yang digunakan berkualitas dan proses produksi dilakukan dengan standar yang tinggi.
3. Sebaiknya UMKM kerajinan adaptasi terhadap tren baru dan teknologi yang berkembang untuk memperkuat posisi pasar dan meningkatkan daya saing. Dorong budaya inovasi di perusahaan dengan mendorong karyawan untuk berkontribusi dalam proses inovasi produk dan proses produksi. Sambut ide-ide baru dan berani melakukan perubahan yang diperlukan untuk tetap relevan di pasar yang berubah.

Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta :

1. Disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada Fakultas dan Universitas di daerah-daerah lainnya.

2. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. "Creating Signature Stories: Strategic Messaging that Energizes." *Persuades and Inspires* (2018).
- Abdullah, Akmal, et al. "Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Produk Koral Dan Ikan Hias." *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 3.2 (2023): 90-100.
- Akhmad, N. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.5(1). Amurang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Andhyka, B., Yustisia na, R., & Widayadi, W. (2023). The Use Of Digital Marketing In Msmes In Supporting Business Continuity In Indonesia. *Asian Journal Of Entrepreneurship*, 4(1), 24–34.
- Ariantini, P. W., Eka, I. G. A. N. G., Kusuma, T., & Rihayana, G. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Kerajinan Keramik Di Badung. *Values*, 1(3).
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Arini (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Persaingan Pada Industri Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Prosiding Isbn: 978-602-361067-9. Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017.
- Astuti, Indah Yuni, and Miftahul Munir. "Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Di Masa Recovery Pandemi Covid-19." *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 15.2 (2022): 249-269.
- Astuti, Miguna, Khaiz Prambaudy, and Dwi Siti Tjiptaningsih. "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terdapat Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner." *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)* 4.1 (2019): 1-15.
- Augustinah, F. and Widayati (2019) 'Produk-Produk Yang Ditawarkan', *Jurnal Dialektika*, 4(2), pp. 1–20.
- Aulia, Rizki, Miguna Astuti, and Hariyanto Ridwan. "Meningkatkan kinerja pemasaran melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 20.1 (2019): 27-38.
- Baker, William E., and James M. Sinkula. —Orientation and Entrepreneurial
- Bala, M., & Verma, D. J. M. B., D. Verma . A Critical Review of Digital Marketing. (2018). A critical review of digital marketing. *International Journal of Management, IT Engineering*, 8(10), 321-339.
- Basu Swastha, Irawan, and M. B. A. Irawan. "Manajemen Pemasaran Modern." *Jakarta: Liberty* (2005).
- Chaffey, D. Dan F. E. C. 2016. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. Sixth Edition. United Kingdom. Pearson.

- Clement, E. U. (2022). The Influence of Online Marketing on Marketing Performance of Small and Medium Scale Businesses in Akwa Ibom State Nigeria. *International Journal of Multidisciplinary Research Analysis*.  
Construct, Research Proposition And Managerial Implication,” *Journal Of Marketing*, 54 (April).
- Dewanto, Wawan. (2014). *Manajemen Inovasi, Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Dewi, N. M. P., & Ekawati, N. W. (2017). *Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja*
- Diugwu, I. (2011). Knowledge Acquisition And Sharing: A Sustainable Source Of Competitive Advantage In Supply Chains. *Proceedings Of The International Conference On Intellectual Capital, Knowledge Management & Organizational Learning*, 157–163.
- Dody, Agapitus. "Analisis Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Pontianak." *BIS-MA (Bisnis Manajemen)* 6.9 (2022): 1963-1974.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(2), 277-286. .
- Etuk, S., Udoh, I. S., & Eke, C. U. J. B. J. o. M. S. (2021). Electronic Marketing and Fanreza, Akbar, and Budi Santosa Kramadibrata. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Food And Beverage Di Kota Tangerang." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan* 2.3 (2022): 78-86.
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno, N. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351-362.
- Ferdinand. 2000. *Manajemen Pemasaran: Sebuah pendekatan Strategi*. Research paperseries, Semarang.
- Fernando L. P Wawo, Joyce Lapien, Raymod Kawet, “Analisis Kualitas Produk, Promosi Dan Distribusi Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. Daya Adicipta Wisesa (Honda) Watutumou”, *Jurnal: EMBA*, Vol.4, No.3, (2016), 741.
- Florita, A., Jumiaty, J., & Mubarak, A. (2019). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (Jmiap)*, 1(1), 143-153.
- Ghozali, Imam. "Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya." (2016).
- Gunawan, G., & Sulaeman, M. (2020). Determining Factors In The Use Of Digital Marketing And Its Effect On Marketing Performance In The Creative Industries In Tasikmalaya. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 3(3), 2543–2550.
- Gunisto Dan Hanfan. (2019) *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran Umkm*. Semarang: Indonesia Research Society (Irs).

- Hadiyati, E. (2011). Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hajar, Siti dan Sukaatmadja, I Putu Gde. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580-6609 ISSN: 2302-8912.
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market Orientation and 53 Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Harini, Sri, Endang Silaningsih, and Marwah Eka Putri. "Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM." *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 6.1 (2022): 67.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The influence of market orientation and product innovation on the competitive advantage and its implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(08), 08-to.
- Homburg, C., Krohmer, H., & Workman Jr, J. P. (2004). A strategy implementation perspective of market orientation. *Journal of business research*, 57(12), 13311340.
- Hudha, N., Rahadhini, M.D. and Sarwono, A.E. (2022) 'Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada UKM Tenun Lurik di Desa Mlese, Cawas, Klaten)', *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), p. 70. doi:10.30651/blc.v19i1.11516.
- Islami, N. N., Wahyuni, S., & Tiara, T. (2020). The Effect Of Digital Marketing On
- Jannah, Miftakhul, Anugrahini Irawati, and Hadi Purnomo. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban." *Eco-Entrepreneur* 5.1 (2019): 33-48.
- Karinda, Melanie VA, Lisbeth Mananeke, and Ferdy Roring. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Area Tomohon." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6.3 (2018).
- Kasmiruddin. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengembangan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kerajinan Kecil Rotan Di Kecamatan Rumbai Pesisir. *Journal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 27-44. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Keller, Kevin Lane. *Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 2013.
- Kencana, P. A. P., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Buletin Studi Ekonomi*,

26(2), 177. <https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i02.p03>

- Killa, M. F. (2014). Effect Of Entrepreneurial Innovativeness Orientation , Product Innovation, And Value Co-Creation On Marketing Performance. *Journal Of Research In Marketing*, Vol.2(No.3), 198–204.
- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2021). Artificial intelligence and business strategy towards digital transformation: A research agenda. *Sustainability*, 13(4), 2025.
- Kohli Ajay K., And Jaworski, Bernard J., 1993, "Market Orientation: The
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*, 54(2), 1-18.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kumar, K., Subramanian, R., Dan Strandholm, K. 2002. "Market Orientation And
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. BPR Prisma Dana
- Lapian, A. M. O. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. *Emba*, 4(1), 1330– 1339.
- Latifah, S. N., Wijayanti, W., & Utami, E. M. (2021). The Effect Of The Application Of Total Quality Management, Supply Chain Management, And Entrepreneurship Orientation On Operational Performance. *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry*, 3(1), 63–72. <https://doi.org/10.21580/Jdmhi.2021.3.1.7441>.
- Lewangka, Oesman, and Andi Mappatempo. "Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Citra Merek Pada UMKM Pakaian Muslimah di Kota Makassar." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* 1.2 (2023): 322-332.
- Liesander, I. and Dharmayanti, D. (2017) 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada ...', *Jurnal Strategi Pemasaran*, pp. 1–13.
- Luh, Komang, Candra, Dewi. (2020) Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing terhadap Keputusan Wisatawan dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi. *Ekuitas Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(2), 243-270.
- Majava, J., Isoherranen, V., & Kess, P. (2013). Business collaboration concepts and implications for companies. *International Journal of Synergy Research*, 2(1-
- Mandasari, IA Cynthia Saisaria. "Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar)." *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)* 2.2 (2020): 56-62.
- Manek, D. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Pengolahan Di Kota Semarang. *Juima*, 8(2), 51–61.
- Manik, C. (2021). Dampak Covid-19, Pedagang Suvenir Di Kawasan Danau Toba Keluhkan Omzet. *Bisnis Sumatra*.



- Marketing Performance of Small and Medium Scale Enterprises in Akwa Ibom State. 9(4), 1-17.
- Masitoh, S., & Adjid, M. W. M. J. C.-C. J. I. E. M. A. d. B. (2022). Pengaruh influencer marketing terhadap kinerja pemasaran. 1(1), 12-17.
- Mazaira, A., González, E., & Avendaño, R. (2019). Peran Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Pengembangan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan: Kasus Inditex-Zara. *Intelijen & Perencanaan*
- Muhajir. Hasan, S. (2018). Analisis Pengaruh Kinerja Saluran Distribusi, Orientasi Pasar Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Wilayah .... Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 1, 57–65. <https://Www.Jurnal.Fe.Umi.Ac.Id/Index.Php/Paradoks/Article/View/84>
- Mulyani. (2015). Inovasi sebagai variabel intervening (Studi Empiris pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 4, 1–12. [Http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr)
- Munir, A., Kadir, N., & Umar, F. (2023). The impact of digital marketing and brand articulating capability for enhancing marketing capability. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 65–72.
- Nadanyiova, M., Gajanova, L., Majerova, J., & Lizbetinova, L. (2020). Influencer marketing and its impact on consumer lifestyles. Paper presented at the Forum Scientiae Oeconomia.
- Narver, J. C., Slater, S. F., & MacLachlan, D. L. (2000). *Total market orientation, business performance, and innovation* (Vol. 116). Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Narver, J., & Slater, S. 1990. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol.54.
- Narver, John C. And Stanley F. Slater., 1990, “The Effect Of A Market Orientation
- Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021, December). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 51-65).
- O’cass, A., & Sok, P. (2014). The Role Of Intellectual Resources, Product Innovation Capability, Reputational Resources And Marketing Capability Combinations In Firm Growth. *International Small Business Journal*, 32(8), 996-1018.
- On Business Profitability,” *Juima* Vol. 8 No. 2, September 2018 61 *Journal Of Marketing*, Oktober.
- Organizational Performance Through Intellectual Capital And Perceived Orientation on Profitability in Small Businesses. *Journal of Small Business Management* 47, no. 4 (2009).
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram* Vol, 8(3), 21-25.
- Panigyrakis, G., Panopoulos, A., & Koronaki, E. J. I. J. o. A. (2020). All we have is words: Applying rhetoric to examine how social media marketing activities strengthen the connection between the brand and the self. 39(5), 699-718.

- Papriani, Y. (2014). Membangun Kinerja Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Mebel Di Kabupaten Jepara ( Studi Kasus Pada Umkm Mebel Di Kabupaten Jepara). *Diponegoro Journal Of Management*, Pp. 2337–3792.  
*Pemasaran* (Doctoral dissertation, Udayana University).  
*Pemasaran* , 21 (4), 220-229.  
 Performance: Does Organizational Strategy Matter?”, *Journal Of Applied Business Research*, Vol. 18 No. 1, Pp. 37–50.
- Pérez-Luño, A., Saporito, P., & Gopalakrishnan, S. (2016). Small And MediumSized Enterprise's Entrepreneurial Versus Market Orientation And The Creation Of Tacit Knowledge. *Journal Of Small Business Management*, 54(1), 262-278.
- Phiri, M. (2020). Exploring Digital Marketing Resources, Capabilities And Market Performance Of Small To Medium Agro-Processors. A Conceptual Model. *Journal Of Business And Retail Management Research*, 14(2)
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 1–17.  
<https://doi.org/10.21009/Jpmm.001.1.01>
- Quality In Micro, Small And Medium Enterprises. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 16(1), 59–70.
- Rizaldi, M. Ryan, Librina Tria Putri, And Mustafa Kamal. "The Effect Of Product Quality And Price On The Marketing Performance At The Umkm Naisha Madu Nusantara In Bangkinang City." *Jurnal Riset Manajemen Indonesia* 3.1 (2021): 10-18.
- Satria, Y., & Irda, I. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Di Kota Padang (Studi Kasus Pada Umkm Kuliner Saji Di Kota Padang). *Abstract Of Undergraduate Research, Faculty Of Economics, Bung Hatta University*, 22(2), 1-2.
- Sefianti, S. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pabrik Tahu Lorong Koni 1 Kecamatan Jelutung Kota. <http://repository.uinjambi.ac.id/5313/>
- Sefnedi, S. (2017). the Market Orientation and Performance Relationship: the Empirical Link in Private Universities. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 28–37.  
<https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.28-37>
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons Ltd.
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business) Buku 1 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Slovin, Myron B., and Marie Elizabeth Sushka. "The structural shift in the demand for money." *The Journal of Finance* 30.3 (1960): 721-731.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suhendra, Tedy. "Studi Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Kompetitif terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kerajinan Tangan di Kota Pontianak)." *BIS-MA (Bisnis Manajemen)* 6.11 (2022): 2494-2509.

- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Pada Home Industry. Community Empowerment,
- Suryaningsih, L. P., Putu, I., Sukaatmadja, G., Nyoman, N., & Yasa, K. (2018). 56 Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1). Www.Kemenperin.Go.Id
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tsai, M. C. (2017). Linking Service Innovation To Firm Performance The Roles Of Ambidextrous Innovation And Market Orientation Capability. Chinese Management Studies, Vol. 11(4).
- Usmara, Usi. (2008). Pemikiran Kreatif Pemasaran. Yogyakarta : Amara Books
- Voss, G.B., & Voss Z.G. (2000). Strategic Orientation And Firm Performance In An Artistic Environment. Journal Of Marketing. Diakses Pada Tanggal 31 Maret 2022.
- Wahyono, (2002), Orientasi Pasar dan Inovasinya: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.1 N0.1. Hal 23-40.
- Wardaya, A., Sasmoko, S., So, I. G., & Bandur, A. (2019). Mediating Effects Of Digital Marketing On Dynamic Capability And Firm Performance: Evidence From Small And Medium-Sized Enterprises (Smes) In Indonesia. International Journal Of Recent Technology And Engineering, 8, 461–464.
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). Bisnis kreatif dan inovasi. *Malang: Yayasan Barcode*.
- Wulan Maulidiyah dan Tri Sudarwanto, “Pengaruh Orientasi Pasar dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Home Industry Kerudung Kabupaten Gresik”, Pendidikan Tata Niaga, Vol. 10 No.1, (2022)