

BAB V

PENUTUP

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 berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.
3. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.
4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.
5. Keunggulan Bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.
6. Keunggulan Bersaing Memediasi Hubungan Antara Orientasi Pasar Dan Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.
7. Keunggulan bersaing memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh masuk

kedalam kategori baik. Meskipun demikian, masih dipandang perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori sangat baik.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji Kota Sungai Penuh. sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan orientasi kewirausahaan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel orientasi kewirausahaan merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Sungai Penuh.

Upaya peningkatan orientasi kewirausahaan sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah dimana:

1. UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh hendaknya berorientasi langsung pada usaha kami demi keberlangsungan bisnis.
2. UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh hendaknya pelaku usaha secara aktif menjalin kemitraan dengan pihak terkait.
3. UMKM Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh hendaknya sebagai pelaku usaha harus siap menghadapi situasi pembeli yang tidak pasti tiap harinya.

5.3 Keterbatasan dan Saran

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 Kuliner Saji di Kota Sungai Penuh, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada UMKM di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian

yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada UMKM di daerah-daerah lainnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kinerja pemasaran seperti bauran pemasaran masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 165 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afsharghasemi, Akbar., Mohamed Zain, M., & Sambasivan, dan S. N. S. I. (2013). Market Orientation, Government Regulation, Competitive Advantage and Internationalization of SMEs: A Study in Malaysia. *Jurnal of Business Administration Research*.
- Agnes, L., Massie, J., & Og, I. (2016). Nopengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang Title. *Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Almajali, D. A., Masa'deh, R., & Tarhini, A. (2016). Antecedents of ERP Systems Implementation Success: a Study on Jordanian Healthcare Sector. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Augusty, F., & Asatuan, A. (2004). No Title Studi mengenai orientasi pengelolaan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Christensen, C. M. (2001). The Past And Future Of Competitive Advantage,. *Mit Sloan Management Review*.
- Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). Pengaruh sistem pemasaran terhadap keunggulan bersaing dan inovasi pada ukm kuliner kota medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2), 8–18.
- Dess, G. G. G. T. L. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship Gregory. *Academy of Management Executive*,.
- Dwi Mufarikhah. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Demak. *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VI*.
- Ferdinand, A. (2003). Keunggulan Diferensiasif. *Jurnal Bisnis Strategi*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).
- Jesica, E. B. S., Wan, R. A., & Hery, S. (2022). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Printing di Padang Bulan Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 51–66. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i1.991>
- Kajalo, S., & Lindblom, A. (2015). Market orientation, entrepreneurial orientation and business performance among small retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 43(7), 580–596. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2014-0044>
- Kohli, AK dan Jaworski, B. (1990). Market Orientation, The Construct, Research Propositions, and Managerial Implication. *Journal of Marketing*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). Marketing management 4th European edition. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).

- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Lumpkin, G.T. & Dess, G. . (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*,.
- Morris, Miyasaki, Watters, C. (2006). The Dilema of Growth: Understanding Venture Size Choice of Women Entrepreneur. *Journal of Small Business Management*.
- Narver, J. C. and S. F. S. (n.d.). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*.
- Novrianda, H., Shar, A., & Arisandi, D. (2022). Increasing Marketing Performance through Development of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation (A Study on the Participation of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bengkulu Province). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2), 15084–15097.
- Nurdiyanto, A. D., & Purnomo, M. (2021). No Titlestudi Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*.
- Pardi. (2014). The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management Online*.
- Pearce, J. A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(1), 219–248.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00315.x>
- Pelham, A. M. (1997). No TitleMediating influence on the Relationship Between Market Orientasi and Profitability in Small Industrial Firms,. *Journal of Marketing Theory and Practice, Summer*.
- Pemasaran, K., Umkm, W., Dopleng, D., & Semarang, K. (2022). *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan ISSN : 2579-5597 (online) ISSN : 2252-7885 (cetak) The Role of Competitive Advantage in Mediation Of The Influence Of Entrepreneurship Orientation On Marketing Performance Of Sme ' s Entrepreneurs Dopleng Village*. 7(2), 197–207.
- Permata, F., & Mudiantono. (2019). No Titlepengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Pada Outlet Kosmetik Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Permatasari, E. (2022). Orientasi kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran khususnya UMKM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Polandos, P. M., Engka, D. S. M., Tolosang, K. D., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(04), 36–47.
- Porter, M. E. (1985). “Technology And Competitive Advantage,. *Journal Of Business Strategy*.

- Pratama, Y. (2019). Analisa Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Analisa Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Online (Pada Masyarakat Jabodetabek) Produk Online (Pada Masyarakat Jabodetabek). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 25.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3602>
- Ramadhany, Tri, D. H. (2020). Fish Consumption Behavior and Its Effect on Cognitive Ability. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 15(2), 223–236.
- Ririn Damayanti Sandi Arif Hidayati, I. (2022). No Titlepeningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Startegi Deerensiasi Produk, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Produk Umkm Jenis Pangan Kota Ternate. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- S. Li, et, al. (2006). *The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance*.
- Sagie, Abraham, E. (1999). Achievement Motive an Entrepreneurial Orientation: A Structrural Analysis,. *Journal of Organizational Behavior, Chichester*:
- Saiman, L. (2015). *No TitleKewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus. Jakarta: Salemba Empat*.
- Sefrianto, S. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Religiusitas Terhadap Kinerja Pemasaran. (Studi Kasus Pada UMKM Kuliner Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu di Kabupaten Lima Puluh Kota). *Manajemen*, 1(1), 1–2.
- Sirivanh, T., Sukkabot, S., & Sateeraroj, M. (2014). The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs ' Growth : A Structural Equation Modeling Study. *International Journal of Business and Social Science*,.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. ALfabeta Bandung.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154–166. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>
- Supranoto, M. (2009). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran: Studi empiris pada industri pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang. *Tesis, Dipublikasikan. Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*.
- Unud, E. M., Made, N., Dewi, P., & Ekawati, N. W. (2017). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sebuah bisnis yang memiliki sifat mandiri dan memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara . Kontribusi UKM adalah pen. 6(9), 4947–4977*.
- Vousinas, G. L. (2019). Advancing theory of fraud: the S.C.O.R.E. model. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 372–381. <https://doi.org/10.1108/JFC-12-2017-0128>
- Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan

- terhadap kinerja pemasaran UMKM batik di Kabupaten Jombang. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 5(1), 56. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- Yahya, R. W. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Batik Di Kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pebelajarannya (EQUILIBRIUM)*, 5(1), 56–69.
- Yosi Fadhillah. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*.
- Yusanto dan Widjajakusuma. (2002). Menggagas Bisnis Islami. *Gama Insani Press*.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.

LAMPIRAN 1

MAPPING PENELITIAN TERDAHULU

No	Judul penelitian	Tahun	Identitas Karya Ilmiah	Alamat berkas jurnal (URL)	Variabel	Metode Penelitian	Hasil	Ket.
I	Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.	2017	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ni Made Putri Dewi Ni Wayan Ekawati <p>Nama jurnal:</p> <p>Jurnal Manajemen Unud,</p> <p>Vol. 6, No. 9, 2017</p> <p>ISSN 2302-8912</p> <p>Hal. 70-80</p>	https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1368829	<p>Variabel bebas:</p> <p>Orientasi Pasar</p> <p>Variabel mediasi:</p> <p>Keunggulan bersaing</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja pemasaran</p>	<p>Objek:</p> <p>UKM laundry di Kecamatan Kuta Selatan.</p> <p>Populasi:</p> <p>Seluruh UKM Laundry Di Kecamatan Kuta Selatan Yang Berjumlah 250 UKM Laundry</p> <p>Sampel:</p> <p>108 Pemilik Atau Pengelola UKM Laundry</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Sampling Purposive</p>	<ol style="list-style-type: none"> Orientasi Pasar Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing, Keunggulan Bersaing Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran, Orientasi Pasar Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran, Keunggulan Bersaing Mampu Memediasi Secara Positif Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran 	Artikel Utama
II	Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi	2022	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mada Adi Wibowo Achmad Danang Setiawan 	https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/artic	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Orientasi kewirausahaan 	<p>Objek:</p> <p>UMKM Desa Doplang, Kab. Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran Orientasi kewirausahaan 	Artikel pendukung-1

	Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Wirausaha Umkm Desa Dopleng, Kab. Semarang		<p>Nama jurnal:</p> <p>Jurnal Ekonomi Dan Perbankan</p> <p>Vol 7, No 2 (2022).</p> <p>ISSN : 2252-7885.</p> <p>Hal. 197-207</p>	e/view/1342	<p>Variabel mediasi:</p> <p>Keunggulan Bersaing</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja pemasaran</p>	<p>Populasi:</p> <p>Pelaku UMKM Desa Dopleng di Kecamatan Bawen.</p> <p>Sampel:</p> <p>purposive sampling</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>primer dan sekunder.</p>	berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran	
1	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Demak	2021	<p>Nama penulis:</p> <p>1. Dwi Mufarikhah</p> <p>Nama jurnal:</p> <p>Seminar Nasional Ke-Indonesiaan</p> <p>Volume , Nomor , November 2021</p>	http://conference.upgris.ac.id/index.php/snk/article/view/2484	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi Kewirausahaan • Orientasi Pasar <p>Variabel mediasi:-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keunggulan Bersaing <p>Variabel terikat:</p>	<p>Objek:</p> <p>Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Demak</p> <p>Populasi:</p> <p>pedagang kaki lima yang bertempat di Kecamatan Demak</p> <p>Sampel:</p> <p>150 pedagang kaki lima</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing 2. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing 3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran 4. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran 5. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan 	H1

			ISSN: Hal. 324-335		Kinerja pemasaran	Teknik analisis data: sampling insidental	signifikan terhadap kinerja pemasaran PKL di Kecamatan Demak	
2	Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri	2020	Nama penulis: 1. Afif Nur Rahmadi 2. Tontowi Jauhari 3. Bothy Dewandaru Nama jurnal: Jurnal Ekbis Volume 21 no 2 ISSN: 2621-4210 Hal: 128	https://mail.jurnal.ekonomi.unisla.ac.id/index.php/ekbis/article/view/510/0	Variabel bebas: • Orientasi Pasar • Orientasi Kewirausahaan Variabel mediasi: Inovasi produk Variabel terikat: Keunggulan Bersaing	Objek: UKM Di Jalanan Kota Kediri Populasi: pengusaha UKM yang berjualan di jalanan Erlangga dan Hayam Wuruk Kota Kediri sejumlah 96 responden i Sampel: probability sampling Teknik analisis data: SPSS	1. Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap inovasi produk 2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk 3. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran 4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran 5. Inovasi Produk berpengaruh negatif terhadap kinerja pemasaran	H1
3	ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DALAM	2017	Nama penulis: 1. Frenky Andiyanto Aan Shar 2. Miyasto 3. Syuhada Sufian	https://core.ac.uk/download/pdf/151235130.pdf	Variabel bebas: • Orientasi Pasar Variabel mediasi:	Objek: UKM di Kabupaten Kudus.	1. Orientasi Pasar dan inovasi berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing 2. Variabel inovasi mempengaruhi kinerja bisnis dengan mediasi	H1

	RANGKA MENINGKATKAN KINERJA BISNIS		<p>Nama jurnal: Jurnal Ekonomi dan Bisnis</p> <p>Vol. 7, No, 1 pISSN: 2476-9774 eISSN: 2621-668X</p> <p>Hal: 1-20</p>		<ul style="list-style-type: none"> Keunggulan Bersaing <p>Variabel terikat: Kinerja Bisnis</p>	<p>Populasi: Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah UKM yang memproduksi pakaian jadi di Kabupaten Kudus, dengan jumlah populasi 1.304.</p> <p>Sampel: Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik snowball sampling</p> <p>Teknik analisis data: Maximum Likelihood Estimation.</p>	keunggulan bersaing, kemudian disusul variabel orientasi pasar	
4	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Usaha Kerajinan Kayu Di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Sitaro)	2022	<p>Nama penulis : 1. Justicia Evangelistha Hermina Rompis 2. Lisbeth Mananeke 3. Debry Ch. A Lintong</p> <p>Nama jurnal : Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi</p> <p>Vol 10, No.3 Juli 2022 ISSN 2303-1174</p>	https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/40691	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Orientasi kewirausahaan inovasi produk, <p>Variabel mediasi: Keunggulan bersaing</p> <p>Variabel terikat: Kinerja pemasarn</p>	<p>Objek: Usaha Kerajinan Kayu Di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Sitaro</p> <p>Populasi: total populasi yaitu berjumlah 107 usaha kerajinan kayu di Kecamatan Tagulandang Kabupaten SITARO</p>	<ol style="list-style-type: none"> Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran Keunggulan Bersaing berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan 	H2

			Hal: 447			Sampel: ? Teknik analisis data: teknik Slovin.	Keunggulan Bersaing berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran	
5	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, Dan Strategi Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada Umkm Kerajinan Logam Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali	2018	Nama penulis : 1. Muliastuti Kurniati Muchtari 2. Miyasto 3. Edy Rahardja Nama jurnal : Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 27 No. 2 Desember 2018, P-ISSN : 1410-1246, E-ISSN : 2580-1171 Hal. 137 - 149	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/1363209	Variabel bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi kewirausahaan • Knowledge Management • Strategi Kemitraan Variabel mediasi: Keunggulan bersaing Variabel terikat: Kinerja Perusahaan	Objek: UKM batik Trusmi di Kabupaten Cirebon Populasi: Seluruh UMKM kerajinan logam yang beroperasi di Kabupaten Boyolali, sebanyak 229 unit usaha Sampel: 229 sampel. Teknik analisis data: Structural Equation Modeling	1. strategi kemitraan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha	H2
6	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan,	2020	Nama penulis:	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/do	Variabel bebas:	Objek:	1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap	H2

	Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado		<p>1. Cynthia Vanessa Djodjobo. 2. Hendra N. Tawas</p> <p>Nama jurnal: Jurnal EMA Vol.2 No.3 ISSN 2303-1174 Hal. 51-66</p>	<p>cuments/detail/1402692</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi kewirausahaan • Inovasi <p>Variabel mediasi:</p> <p>Variabel terikat: Keunggulan bersaing</p>	<p>Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado</p> <p>Populasi: Jumlah pelaku usaha nasi kuning khas Manado</p> <p>Sampel: L 47 Pemilik Usaha Nasi Kuning.</p> <p>Teknik analisis data: Analisis Jalur Lewat</p>	<p>keunggulan bersaing. 2. Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing 3. Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing 4. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja</p>	
7	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Pada Outlet Kosmetik Di Kota Semarang	2019	<p>Nama penulis : 1. Fanindia Permata 2. Mudiantono</p> <p>Nama jurnal : Diponegoro Journal Of Management Vol 8 No 1 ISSN 2337-3792 (Online) Hal. 107-116</p>	<p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1446291</p> <p>Variabel bebas: • Orientasi Pasar</p> <p>Variabel mediasi: Keunggulan bersaing Inovasi Produk</p> <p>Variabel terikat:</p>	<p>Objek: Seluruh jumlah penelitian yang karakteristiknya akan diteliti.</p> <p>Populasi: Outlet Kosmetik di kota Semarang.</p>	<p>1. Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing 2. Orientasi Pasar Berpengaruh Positif Terhadap Inovasi Produk 3. Inovasi Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Pemasaran 4. Keunggulan Bersaing Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Pemasaran.</p>	H3

					Kinerja pemasaran	<p>Sampel:</p> <p>Non Random Sampling Dengan Teknik Purposive Sampling</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Kuesioner/Angket Dan Observasi</p>		
8	PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA PT. BPR PRISMA DANA AMURANG	2018	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nyoman Gede Aditya Jay Medhika 2. I Gusti Ayu Ketut Giantri 3. Ni Nyoman Kerti Yasa <p>Nama Jurnal:</p> <p>INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia</p> <p>Volume 1, Nomor 2, Maret 2018</p>	http://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/29	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi kewirausahaan • Orientasi pasar <p>Variabel mediasi:</p> <p>Keunggulan bersaing</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja UKM</p>	<p>Objek:</p> <p>UMKM batik di Yogyakarta</p> <p>Populasi:</p> <p>Seluruh pelaku UKM di industri kerajinan kain endek di Kabupaten Klungkung sebanyak 37 UKM</p> <p>Sampel:</p> <p>Jumlah 37</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM 2. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UKM 3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing 4. Orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing 5. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja UKM 	H3

			Hal. 183-195			Teknik analisis data: PLS		
9	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	2017	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adelina Agnes Lopian 2. James Massie 3. Imelda Ogi <p>Nama jurnal : Jurnal EMBA</p> <p>Vol.4 No.1 Maret 2016,</p> <p>ISSN 2303-1174</p> <p>Hal. 1330-1339</p>	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/1404543	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi pasar • Orientasi kewirausahaan <p>Variabel mediasi:</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja Pemasaran</p>	<p>Objek:</p> <p>Kabupaten Minahasa Selatan di PT. BPR Prisma Dana Amurang</p> <p>Populasi:</p> <p>Semua Nasabah PT. BPR Prisma Dana Amurang yang berjumlah 2.334 Nasabah.</p> <p>Sampel:</p> <p>Jumlah 100</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Angket (daftar pernyataan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. 2. Orientasi Pasar Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. 3. Inovasi Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. 	H3

10.	Analisis Orientasi Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Pengrajin Keben Di Banjar Tanggahan Peken Desa Sulahan Kecamatan Susut Kabupaten Bangli	2020	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> Made Mulia Handayani Nyoman Dwika Ayu Amrita <p>Nama Jurnal:</p> <p>JURNAL CAKRAWATI</p> <p>Vol. 3 No. 1, Pebruari-Juli 2020</p> <p>ISSN: 2620-5173</p> <p>Hal.</p>	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/1800603	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Orientasi kewirausahaan <p>Variabel mediasi:</p> <p>Nilai Kearifan Lokal,</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja Pemasaran Pengrajin Keben</p>	<p>Objek:</p> <p>Banjar Tanggahan Peken, Desa Sulahan, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, pengrajin keben bambu</p> <p>Populasi:</p> <p>Para Pengrajin Keben Di Banjar Tanggahan Peken</p> <p>Sampel:</p> <p>purposive dan snowball</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>induktif/kualitatif</p>	<ol style="list-style-type: none"> Keunggulan Bersaing Memiliki Pengaruh Mediasi Terhadap Variabel Inovasi Produk Dan Media Sosial, Variabel Orientasi Kewirausahaan Tidak Terdapat Pengaruh Mediasi. 	H4
11.	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi	2021	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> Yosi Fadhillah Syahmardi Yacob Tona Aurora Lubis <p>Nama Jurnal:</p> <p>Jurnal Manajemen</p>	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/206695	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Orientasi kewirausahaan Inovasi Produk Media Sosial <p>Variabel mediasi:</p> <p>Keunggulan Kompetitif</p>	<p>Objek:</p> <p>UKM di Kota Jambi</p> <p>Populasi:</p> <p>Pelaku UKM yang berada di kota Jambi.</p> <p>Sampel:</p>	<ol style="list-style-type: none"> Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kinerja Pemasaran Orientasi Pasar Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran. Inovasi Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja 	H4

			<p>Terapan dan Keuangan (Mankeu)</p> <p>Vol. 10 No. 01, April 2021</p> <p>P-ISSN: 2252-8636</p> <p>E-ISSN: 2685-9424</p> <p>Hal.</p>		<p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja Pemasaran</p>	<p>Jumlah 100 UKM</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Kuantitatif</p>	<p>Pemasaran</p>	
12.	<p>Orientasi kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran khususnya UMKM</p>		<p>Nama penulis:</p> <p>1. Evi Permatasari</p> <p>Nama Jurnal:</p> <p>Jurnal Bisnis dan Manajemen</p> <p>Vol 2, No 2, Oktober 2022</p> <p>e-ISSN: 2777-0346</p>	<p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3026271</p>	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi kewirausahaan <p>Variabel mediasi:</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja Pemasaran</p>	<p>Objek:</p> <p>Seluruh UMKM</p> <p>populasi:</p> <p>Pelaku UMKM</p> <p>Sampel:</p> <p>Jumlah 100</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Sekunder</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Negatif Dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran. 2. Orientasi Kewirausahaan Memiliki Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran. 3. Orientasi Kewirausahaan Dengan Indikator Arah Inovasi Berdampak Positif Dan Sangat Besar Terhadap Kinerja UMKM 	H4

			p-ISSN: 2777-0354					
			Hal. 49-52					
13	Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Startegi Deerensiasi Produk, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Produk Umkm Jenis Pangan Kota Ternate	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ida Hidayati 2. Ririn Damayanti 3. Sandi Arif <p>Nama Jurnal:</p> <p>Jurnal Ekonomi dan Bisnis</p> <p>Vol. 9 No. 2 Maret 2022</p> <p>P - ISSN : 2503-4413</p> <p>E - ISSN : 2654-5837</p> <p>Hal. 429 – 439</p>	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/2617540	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi kewirausahaan • Orientasi pasar <p>Variabel mediasi:</p> <p>Keunggulan bersaing</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja UKM</p>	<p>Objek:</p> <p>Usaha (UMKM) Yang Ada.</p> <p>Populasi:</p> <p>Beberapa UMKM Seperti Home Industry, Usaha Boga, Industry Kreatif, Industry Kerajinan Seperti Kain Batik Atau Tenun Dan Sebagainya</p> <p>Sampel:</p> <p>190 (penjumlahan dari seluruh indikator variabel) manifest</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Angket (daftar pernyataan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. diferensiasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing 2. inovasi produk terhadap kinerja pemasaran 	H5	

14	Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung	2019	<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ela Wulandari 2. Indri Murniawaty <p>Nama Jurnal:</p> <p>Jurnal Manajemen Pemasaran</p> <p>Vol. 13, No. 2, Oktober 2019,</p> <p>p-ISSN 1907-235X</p> <p>e-ISSN 2597-615X</p> <p>Hal. 69–77</p>	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/1095469	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferensiasi Produk • Diferensiasi Citra <p>Variabel mediasi:</p> <p>Keunggulan bersaing</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja Pemasaran</p>	<p>Objek:</p> <p>Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi/UKM di Kota Ternate</p> <p>Populasi:</p> <p>Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Kopi Di Kabupaten Temanggung</p> <p>Sampel:</p> <p>61 responden</p> <p>Teknik analisis data:</p> <p>Kuesioner Dan Dokumentasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferensiasi Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing 2. Diferensiasi Citra Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing 3. Keunggulan Bersaing Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Pemasaran 	H5
15	Studi Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran		<p>Nama penulis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ahmad Dwi Nurdiyanto 2. Mochamad Purnomo <p>Nama Jurnal:</p> <p>Jurnal Ekonomi dan</p>	https://garuda.ke.mdikbud.go.id/documents/detail/224566	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientasi Kewirausahaan • Inovasi Produk <p>Variabel mediasi:</p>	<p>Objek:</p> <p>Nasi Kuning Di Kota Manado</p> <p>Populasi:</p> <p>para pemilik usaha kuliner nasi kuning di</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi Pasar Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing, 2. Keunggulan Bersaing Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran 	H5

		<p>Bisnis STIE Anindyaguna</p> <p>Vol 3, No 1,</p> <p>E-ISSN: 2746-1173,</p> <p>P-ISSN: 2085-773X</p> <p>Hal 137- 145</p>		<p>Keunggulan bersaing</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>Kinerja Pemasaran</p>	<p>kota Manado</p> <p>Sampel:</p> <p>100 Responden</p> <p>Teknik analisis data:</p>		
--	--	---	--	---	---	--	--

LAMPIRAN 2
KUESIONER PENELITIAN

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr/i
di
Tempat**

Dengan hormat,

Saya **Dozan Debisya NPM 2010011211171** mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang, yang sedang melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan skripsi pada jenjang pendidikan strata 1 (S1) dengan judul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada UMKM Kuliner Saji Di Kota Sungai Penuh)”**.

Untuk dapat melakukan penelitian ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk membaca dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan. Semua jawaban atau data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Dozan Debisya
Peneliti

A. PROFIL RESPONDEN

Berikut ini adalah informasi umum tentang Bapak/Ibu/Sdr/i. Pilih lah salah satu alternative jawaban yang paling sesuai, dengan memberikan Tanda (√) pada setiap pilihan jawaban yang telah disediakan pada identitas responden dibawah ini.

1. Jenis kelamin

<input type="checkbox"/>	Laki-laki
<input type="checkbox"/>	Perempuan

2. Usia anda saat ini Tahun

3. Pendidikan
- SMP / Sederajat
 - SMU / Sederajat
 - D3 / Diploma
 - S1
 - S2

4. Jenis kuliner saji

5. Penjualan
- < 1.500.000
 - Rp 1.500. 000 – 3.500.000
 - Rp 3.500.001 – Rp 5.500.000
 - Rp 5.500.001 – Rp 7. 500.000
 - Rp 7.500.000 – 10.000.000
 - Rp 10.000.001 – Rp 12.500.000

6. Anda berdomisili di

B. VARIABEL PENELITIAN

Ungkapkan penilaian anda terhadap berbagai pilihan jawaban yang disediakan pada masing masing pertanyaan didalam kuesioner ini:

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

Kinerja Pemasaran

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Sales Growth						
1	UMKM yang saya kelola mengalami peningkatan penjualan produk					
2.	UMKM yang saya kelola mengalami peningkatan pertumbuhan secara berkelanjutan setiap tahun					
Customer Growth						
3	Saya menilai jumlah pelanggan yang berkunjung ke UMKM yang dikelola meningkat					
4	Menurut saya jumlah persentase pelanggan yang berbelanja produk di UMKM terus meningkat setiap tahunnya					
Profit						
5	Menurut saya penjualan UMKM ini terus membaik setiap tahunnya					
6	Saya menilai persentase posisi laba UMKM ini terus meningkat setiap tahunnya					

Sumber Novrianda et al., (2022)

Orientasi Pasar

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Customer Orientation						
1	Saya sebagai pelaku usaha selalu mencoba mendengarkan saran dan memahami permintaan konsumen					
2.	Saya selalu berusaha meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan UMKM ini sesuai dengan permintaan konsumen					
3	Saya selalu berusaha memberikan layanan terbaik kepada setiap pelanggan					
Competitor Orientation						
4	Saya mampu menganalisa kelebihan dan mengatur cara menghadapi persaingan dengan pesaing					
5	Saya juga mengamati strategi pesaing untuk					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
	menciptakan sebuah solusi dalam bersaing					
6	Saya selalu berusaha meningkatkan keunggulan kompetitif dari UMKM yang dikelola					
Contribution Between Function						
7	Seluruh sumber daya manusia yang ikut mengelola UMKM ini mengetahui informasi tentang pelanggan yang telah mereka layani					
8	Saya merasa sumber daya manusia dalam UMKM ini memiliki koedinas yang baik untuk meningkatkan eksistensi usaha					
9	Saya dan seluruh sumber daya dalam UMKM ini selalu berkordinasi untuk mengembangkan produk yang inovatif untuk memajukan usaha					

Sumber Novrianda et al., (2022)

Orientasi Kewirausahaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Innovation						
1	Para pelaku UMKM selalu melakukan perkembangan terhadap usaha mereka					
2.	Kami berusaha menjadi yang pertama untuk memasarkan produk kami					
3	Kami pelaku usaha selalu berusaha selalu menekan kan pada penggunaan teknologi yang baru demi menjalankan bisnis kami					
4	Saya sebagai pelaku usaha selalu berupaya untuk menciptakan ide baru untuk usaha saya					
Proactive						
5	Saya selaku pelaku usaha selalu harus punya kepercayaan diri yang tinggi dalam menjalankan bisnis tersebut					
6	Kami berorientasi langsung pada usaha kami demi keberlangsungan bisnis					
7	Saya pelaku usaha selalu berusaha menanggapi setiap perubahan pembelian pada usaha saya					
8	Saya pelaku usaha secara aktif menjalin kemitraan dengan pihak terkait					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Risk taking						
9	Saya sebagai pelaku usaha harus siap menghadapi situasi pembeli yang tidak pasti tiap harinya					
10	Saya selaku pelaku usaha selalu memperhatikan keuntungan dan kerugian pada usaha kami					
11	Saya pelaku usaha harus siap bertanggung jawab atas kemunculan risiko terhadap usaha saya					
12	Saya pelaku usaha harus mempunyai kemampuan untuk memecahkan suatu masalah yang timbul pada usaha saya					

Sumber Novrianda et al., (2022)

Keunggulan bersaing

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Keunggulan Biaya						
1	Bekerja sama dengan pemasok bahan baku membuat usaha saya unggul dalam biaya					
2.	Menggunakan metode pemasaran seperti media sosial menghemat biaya promosi sehingga membuat usaha saya unggul dalam biaya					
3	Menawarkan harga yang terjangkau pada produk yang saya jual membuat usaha saya unggul dari pesaing					
Keunggulan Diferensiasi						
4	Saya menggunakan media sosial seperti <i>instagram, facebook, twitter, website</i> dan yang lainnya sebagai sarana untuk mempromosikan produk saya					
5	Saya mendaftarkan bisnis saya pada jasa <i>food delivery</i> sebagai tambahan sarana penjualan dan untuk meningkatkan pendapatan					
6	Saya mendesain tempat usaha saya dengan unik dan menyenangkan mungkin untuk menarik minat pelanggan					

Sumber : Claudya, Suryani, Pulian (2020)

.....Terima kasih atas partisipasinya....

LAMPIRAN 3
TABULASI DATA

Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Jenis Kuliner Saji	Penjualan	Lokasi
1	25	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	28	SMP / Sederajat	Sate	4	Sungai Penuh
1	26	SMP / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Soto	4	Sungai Penuh
2	26	SMU / Sederajat	Soto	4	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Jasuke	2	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	22	SMP / Sederajat	Sate	3	Sungai Penuh
1	24	SMP / Sederajat	Mie	2	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Mie	2	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Aneka Mie	3	Sungai Penuh
1	35	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Gorengan	3	Sungai Penuh
2	41	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	3	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Martabak	3	Sungai Penuh
1	28	SMU / Sederajat	Martabak Clasic	4	Sungai Penuh
1	24	SMP / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Bakso	3	Sungai Penuh
2	36	S1	Bakso	3	Sungai Penuh
1	33	SMU / Sederajat	Bakso	4	Sungai Penuh
1	42	SMU / Sederajat	Mie Ayam	3	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Mie Ayam	4	Sungai Penuh
2	36	SMU / Sederajat	Gorengan	2	Sungai Penuh
2	32	SMU / Sederajat	Lontong Sayur	2	Sungai Penuh
1	29	SMU / Sederajat	Coffee Shop	3	Sungai Penuh
1	35	D3	Pecelele	4	Sungai Penuh
2	35	SMU / Sederajat	Dendeng Batokok	3	Sungai Penuh
2	25	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	20	SMP / Sederajat	Sate	4	Sungai Penuh
1	27	SMP / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Soto	6	Sungai Penuh
2	24	SMU / Sederajat	Soto	4	Sungai Penuh
1	37	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	34	SMU / Sederajat	Pecelele	5	Sungai Penuh
2	39	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	3	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Martabak	3	Sungai Penuh
1	23	SMU / Sederajat	Gorengan	4	Sungai Penuh
2	31	SMU / Sederajat	Soto	4	Sungai Penuh
2	26	SMU / Sederajat	Soto	4	Sungai Penuh
1	32	SMU / Sederajat	Lontong Malam	3	Sungai Penuh
2	37	SMU / Sederajat	Pecelele	5	Sungai Penuh
2	40	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	3	Sungai Penuh
1	23	SMU / Sederajat	Martabak	3	Sungai Penuh

1	26	SMU / Sederajat	Martabak Clasic	4	Sungai Penuh
1	23	SMP / Sederajat	Somay	4	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Bakso	3	Sungai Penuh
2	34	S1	Bakso	3	Sungai Penuh
1	36	SMU / Sederajat	Bakso	4	Sungai Penuh
1	43	SMU / Sederajat	Mie Ayam	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Aneka jus	4	Sungai Penuh
2	34	SMU / Sederajat	Mie Ayam	4	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Gorengan	4	Sungai Penuh
1	29	SMU / Sederajat	Gorengan	3	Sungai Penuh
1	37	D3	Pecelele	5	Sungai Penuh
2	34	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Martabak Mesir	4	Sungai Penuh
1	35	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	25	SMP / Sederajat	Mie	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Mie	4	Sungai Penuh
1	24	SMU / Sederajat	Aneka Mie	3	Sungai Penuh
1	35	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	35	SMU / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	40	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	3	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Lontong Malam	3	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Martabak Clasic	4	Sungai Penuh
1	27	SMP / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	30	SMU / Sederajat	Bakso	4	Sungai Penuh
2	36	S1	Bakso	5	Sungai Penuh
1	33	SMU / Sederajat	Bakso	4	Sungai Penuh
1	45	SMU / Sederajat	Mie Ayam	3	Sungai Penuh
2	31	SMU / Sederajat	Mie Ayam	4	Sungai Penuh
2	34	SMU / Sederajat	Lontong Malam	4	Sungai Penuh
2	37	SMU / Sederajat	Lontong Sayur	4	Sungai Penuh
1	26	SMU / Sederajat	Coffee Shop	3	Sungai Penuh
1	35	D3	Pecelele	4	Sungai Penuh
2	35	SMU / Sederajat	Batagor	3	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Gorengan	4	Sungai Penuh
1	37	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	24	SMU / Sederajat	Lontong Malam	3	Sungai Penuh
1	21	SMP / Sederajat	Sate	4	Sungai Penuh
1	25	SMP / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	40	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	3	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Martabak	3	Sungai Penuh
1	23	SMU / Sederajat	Martabak Clasic	4	Sungai Penuh
1	27	SMP / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Bakso	3	Sungai Penuh
2	34	S1	Martabak Mesir	3	Sungai Penuh
1	37	SMU / Sederajat	Bakso Bakar	4	Sungai Penuh
1	45	SMU / Sederajat	Mie Ayam	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Mie Ayam	4	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Mie Ayam	4	Sungai Penuh
2	36	SMU / Sederajat	Lontong Sayur	4	Sungai Penuh

1	31	SMU / Sederajat	Coffee Shop	3	Sungai Penuh
1	35	D3	Pecelele	5	Sungai Penuh
2	37	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	34	SMU / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	35	SMU / Sederajat	kue Putu	3	Sungai Penuh
2	26	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
1	19	SMP / Sederajat	Sate	4	Sungai Penuh
1	32	D3	Soto	4	Sungai Penuh
1	29	SMP / Sederajat	Burger	3	Sungai Penuh
1	29	SMP / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Donat	2	Sungai Penuh
2	35	SMU / Sederajat	Aneka Jus	3	Sungai Penuh
2	31	SMU / Sederajat	Batagor	2	Sungai Penuh
1	33	SMU / Sederajat	Jasuke	1	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
2	30	SMP / Sederajat	Sate	4	Sungai Penuh
1	29	SMP / Sederajat	Mie	3	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Martabak Mesir	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Kue Lupis	2	Sungai Penuh
2	32	SMU / Sederajat	Telur Gulung	2	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Gorengan	3	Sungai Penuh
1	26	SMU / Sederajat	Nasi Uduk	3	Sungai Penuh
1	29	SMU / Sederajat	Batagor	2	Sungai Penuh
1	26	SMU / Sederajat	Martabak Clasic	4	Sungai Penuh
2	30	SMP / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Bakso Bakar	2	Sungai Penuh
1	31	S1	Bakso Jumbo	4	Sungai Penuh
1	28	SMU / Sederajat	Nasi Uduk	4	Sungai Penuh
2	40	SMU / Sederajat	Mie Ayam	3	Sungai Penuh
2	31	SMU / Sederajat	Mie Pedas	2	Sungai Penuh
1	28	SMU / Sederajat	Gorengan	3	Sungai Penuh
1	25	SMU / Sederajat	Lontong Sayur	3	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Coffee Shop	4	Sungai Penuh
1	31	D3	Ayam Geprek	4	Sungai Penuh
2	35	SMU / Sederajat	Dendeng Batokok	4	Sungai Penuh
2	38	SMU / Sederajat	Ayam Bakar	4	Sungai Penuh
1	24	SMP / Sederajat	Sate	4	Sungai Penuh
1	22	SMP / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	28	SMU / Sederajat	Soto	3	Sungai Penuh
2	31	SMU / Sederajat	Batagor	3	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Telur Gulung	3	Sungai Penuh
2	36	SMU / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	3	Sungai Penuh
1	27	SMU / Sederajat	Martabak Spesial	3	Sungai Penuh
1	43	SMU / Sederajat	Molen	4	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Tahu Bulat	4	Sungai Penuh
1	34	S1	Soto	3	Sungai Penuh
2	30	SMU / Sederajat	Lontong Malam	4	Sungai Penuh
1	29	SMU / Sederajat	Pecelele	5	Sungai Penuh

1	25	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	4	Sungai Penuh
2	37	SMU / Sederajat	Martabak	2	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Martabak Clasic	4	Sungai Penuh
1	25	SMP / Sederajat	Somay	3	Sungai Penuh
2	36	SMU / Sederajat	Bakso	3	Sungai Penuh
2	31	S1	Dendeng Batokok	5	Sungai Penuh
1	36	SMU / Sederajat	Bakso	4	Sungai Penuh
1	40	SMU / Sederajat	Mie Ayam	5	Sungai Penuh
1	31	SMU / Sederajat	Aneka jus	3	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Mie Ayam	3	Sungai Penuh
2	33	SMU / Sederajat	Gorengan	4	Sungai Penuh
1	26	SMU / Sederajat	Tela-Tela	2	Sungai Penuh
2	33	D3	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	28	SMU / Sederajat	Mieayam	4	Sungai Penuh
2	35	SMU / Sederajat	Martabak Mesir	4	Sungai Penuh
1	33	SMU / Sederajat	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	27	SMP / Sederajat	Mie	4	Sungai Penuh
2	29	SMU / Sederajat	Mie Pedas	3	Sungai Penuh
2	35	SMU / Sederajat	Aneka Mie	4	Sungai Penuh
1	31	D3	Pecelele	4	Sungai Penuh
1	26	SMU / Sederajat	Pecelele	3	Sungai Penuh
2	32	SMU / Sederajat	Nasi Goreng	5	Sungai Penuh
1	29	SMU / Sederajat	Lontong Sayur	2	Sungai Penuh



LAMPIRAN 4
PROFIL RESPONDEN

JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	92	55.8	55.8	55.8
	Perempuan	73	44.2	44.2	100.0
	Total	165	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	1	,6	,6	,6
	20	1	,6	,6	1,2
	21	1	,6	,6	1,8
	22	2	1,2	1,2	3,0
	23	4	2,4	2,4	5,5
	24	6	3,6	3,6	9,1
	25	13	7,8	7,9	17,0
	26	10	6,0	6,1	23,0
	27	12	7,2	7,3	30,3
	28	6	3,6	3,6	33,9
	29	17	10,2	10,3	44,2
	30	12	7,2	7,3	51,5
	31	11	6,6	6,7	58,2
	32	5	3,0	3,0	61,2
	33	13	7,8	7,9	69,1
	34	8	4,8	4,8	73,9
	35	14	8,4	8,5	82,4
	36	8	4,8	4,8	87,3
	37	8	4,8	4,8	92,1
	38	1	,6	,6	92,7
	39	1	,6	,6	93,3
	40	5	3,0	3,0	96,4
	41	1	,6	,6	97,0
	42	1	,6	,6	97,6
	43	2	1,2	1,2	98,8
45	2	1,2	1,2	100,0	
Total		165	99,4	100,0	

Missing System	1	,6		
Total	166	100,0		

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	,6	,6	,6
D3	8	4,8	4,8	5,4
S1	7	4,2	4,2	9,6
SMP / Sederajat	23	13,9	13,9	23,5
SMU / Sederajat	127	76,5	76,5	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Jenis Kuliner Saji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	,6	,6	,6
Aneka jus	2	1,2	1,2	1,8
Aneka Jus	1	,6	,6	2,4
Aneka Mie	3	1,8	1,8	4,2
Ayam Bakar	1	,6	,6	4,8
Ayam Geprek	1	,6	,6	5,4
Bakso	12	7,2	7,2	12,7
Bakso Bakar	2	1,2	1,2	13,9
Bakso Jumbo	1	,6	,6	14,5
Batagor	4	2,4	2,4	16,9
Burger	1	,6	,6	17,5
Coffee Shop	4	2,4	2,4	19,9
Dendeng Batokok	3	1,8	1,8	21,7
Donat	1	,6	,6	22,3
Gorengan	9	5,4	5,4	27,7
Jasuke	2	1,2	1,2	28,9
Kue Lupis	1	,6	,6	29,5
kue Putu	1	,6	,6	30,1
Lontong Malam	5	3,0	3,0	33,1
Lontong Sayur	5	3,0	3,0	36,1
Martabak	5	3,0	3,0	39,2
Martabak Clasic	6	3,6	3,6	42,8

Martabak Mesir	4	2,4	2,4	45,2
Martabak Spesial	1	,6	,6	45,8
Mie	6	3,6	3,6	49,4
Mie Ayam	12	7,2	7,2	56,6
Mie Pedas	2	1,2	1,2	57,8
Mieayam	1	,6	,6	58,4
Molen	1	,6	,6	59,0
Nasi Goreng	8	4,8	4,8	63,9
Nasi Uduk	2	1,2	1,2	65,1
Pecelele	36	21,7	21,7	86,7
Sate	7	4,2	4,2	91,0
Somay	2	1,2	1,2	92,2
Soto	9	5,4	5,4	97,6
Tahu Bulat	1	,6	,6	98,2
Tela-Tela	1	,6	,6	98,8
Telur Gulung	2	1,2	1,2	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Penjualan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,6	,6	,6
	2	15	9,0	9,1	9,7
	3	70	42,2	42,4	52,1
	4	69	41,6	41,8	93,9
	5	9	5,4	5,5	99,4
	6	1	,6	,6	100,0
	Total	165	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		166	100,0		

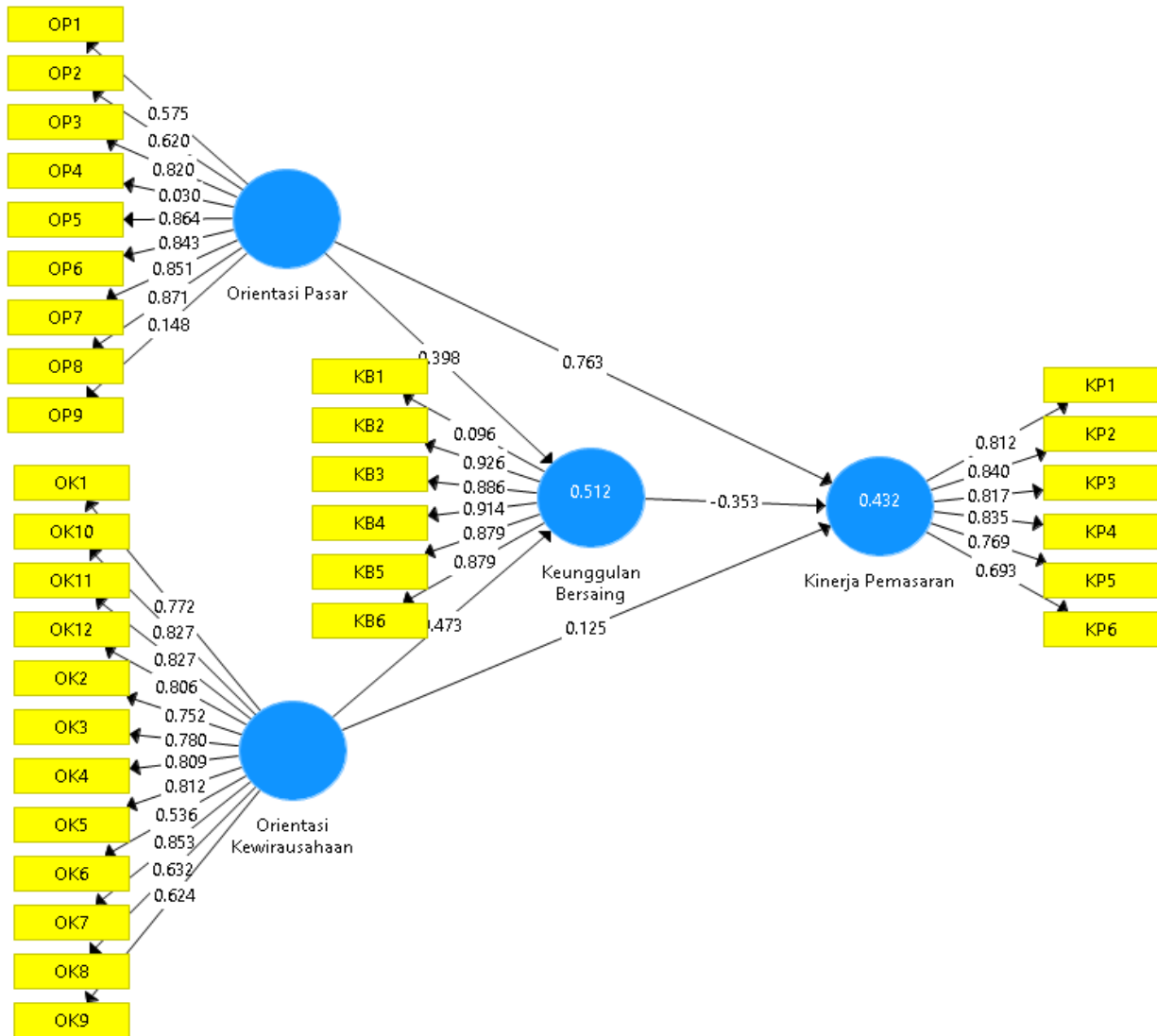
Lokasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	,6	,6	,6
	Sungai Penuh	165	99,4	99,4	100,0
Total		166	100,0	100,0	

LAMPIRAN 5 MEASUREMENT MODEL ASSESSMENT

Convergent Validity

Tahap 1

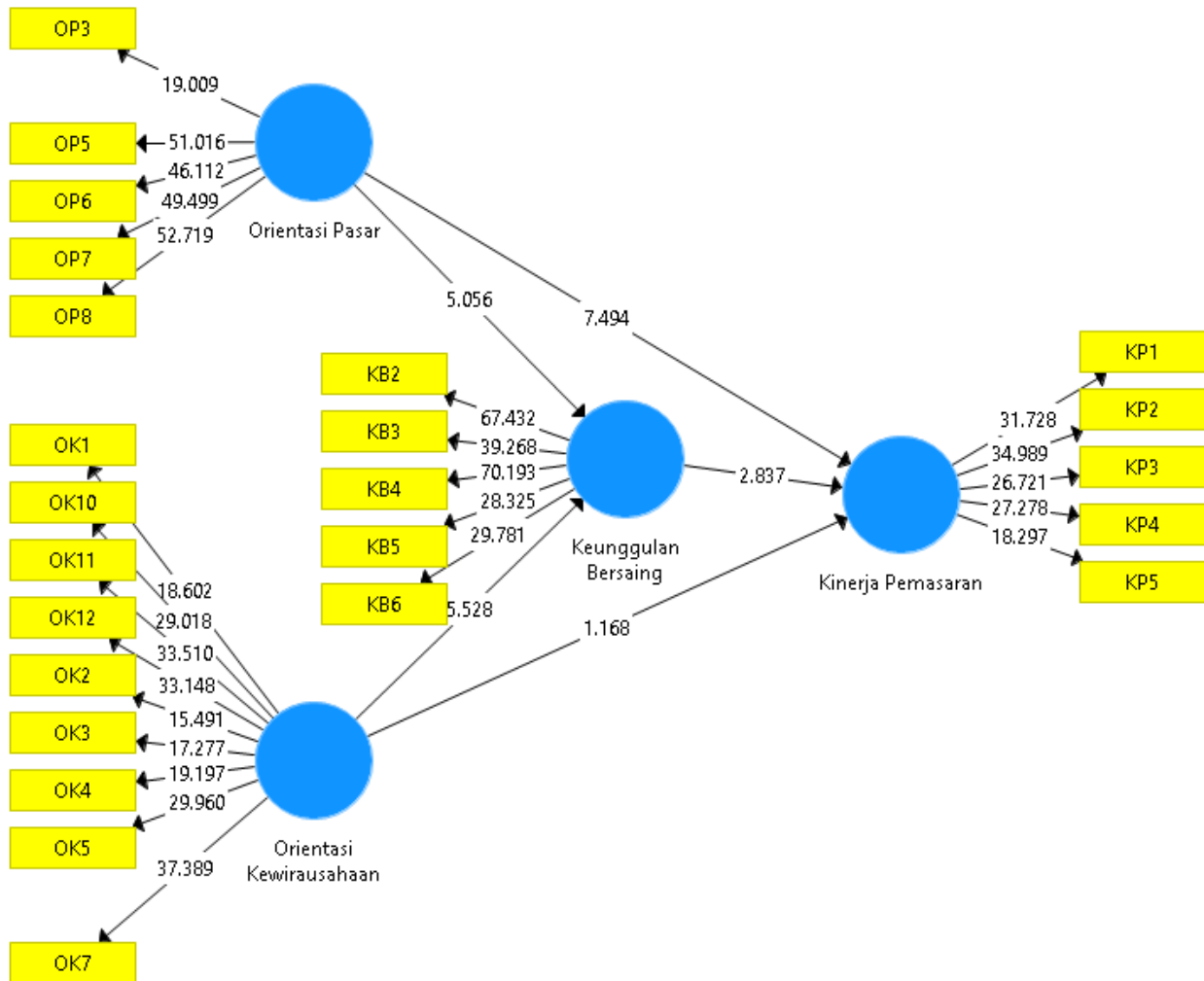


Outer Loadings (Tahap 1)

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Pemasaran	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
KB1	0,096			
KB2	0,926			
KB3	0,886			
KB4	0,914			
KB5	0,879			
KB6	0,879			
KP1		0,812		
KP2		0,840		
KP3		0,817		
KP4		0,835		
KP5		0,769		
KP6		0,693		
OK1			0,772	
OK10			0,827	
OK11			0,827	
OK12			0,806	
OK2			0,752	
OK3			0,780	
OK4			0,809	
OK5			0,812	
OK6			0,536	
OK7			0,853	
OK8			0,632	
OK9			0,624	
OP1				0,575
OP2				0,620
OP3				0,820
OP4				0,030
OP5				0,864
OP6				0,843
OP7				0,851
OP8				0,871
OP9				0,148

Convergent Validity

Tahap 2



Outer Loadings (Tahap 2)

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Pemasaran	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
KB2	0,926			
KB3	0,889			
KB4	0,915			
KB5	0,878			
KB6	0,879			
KP1		0,837		
KP2		0,874		
KP3		0,841		
KP4		0,834		
KP5		0,769		
OK1			0,791	
OK10			0,843	
OK11			0,846	
OK12			0,821	
OK2			0,764	
OK3			0,778	
OK4			0,802	
OK5			0,826	
OK7			0,844	
OP3				0,771
OP5				0,895
OP6				0,890
OP7				0,896
OP8				0,912

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Keunggulan Bersaing	0,940	0,943	0,954	0,805
Kinerja Pemasaran	0,889	0,891	0,918	0,692
Orientasi Kewirausahaan	0,937	0,945	0,946	0,661
Orientasi Pasar	0,922	0,922	0,942	0,765

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Pemasaran	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
Keunggulan Bersaing	0,897			
Kinerja Pemasaran	0,131	0,832		
Orientasi Kewirausahaan	0,629	0,139	0,813	
Orientasi Pasar	0,602	0,483	0,351	0,875

Cross Loadings

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Pemasaran	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
KB2	0,926	0,094	0,597	0,610
KB3	0,889	0,095	0,503	0,543
KB4	0,915	0,134	0,590	0,573
KB5	0,878	0,112	0,535	0,443
KB6	0,879	0,153	0,589	0,518
KP1	0,217	0,837	0,204	0,453
KP2	0,052	0,874	0,024	0,344
KP3	0,047	0,841	0,015	0,330
KP4	0,077	0,834	0,104	0,411
KP5	0,130	0,769	0,192	0,439
OK1	0,353	0,110	0,791	0,204
OK10	0,516	0,136	0,843	0,281
OK11	0,571	0,057	0,846	0,287
OK12	0,543	0,108	0,821	0,369
OK2	0,347	0,094	0,764	0,190
OK3	0,455	0,104	0,778	0,225
OK4	0,471	0,130	0,802	0,251
OK5	0,601	0,109	0,826	0,376
OK7	0,616	0,164	0,844	0,311
OP3	0,508	0,530	0,238	0,771
OP5	0,516	0,394	0,286	0,895
OP6	0,494	0,428	0,343	0,890
OP7	0,527	0,371	0,312	0,896
OP8	0,576	0,371	0,357	0,912

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Pemasaran	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
Keunggulan Bersaing				
Kinerja Pemasaran	0,138			
Orientasi Kewirausahaan	0,649	0,150		
Orientasi Pasar	0,642	0,521	0,367	

LAMPIRAN 6
ANALISIS DESKRIPTIF

Kinerja Pemasaran

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	165	1	5	3.50	1.057
KP2	165	1	5	3.43	1.001
KP3	165	1	5	3.42	1.013
KP4	165	1	5	3.50	.915
KP5	165	1	5	3.72	.852
KP6	165	1	5	3.77	.867
Valid N (listwise)	165				

Orientasi Pasar

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OP1	165	1	5	3.57	.919
OP2	165	1	5	3.67	1.007
OP3	165	1	5	3.67	1.032
OP4	165	1	5	3.70	1.001
OP5	165	1	5	3.90	.964
OP6	165	1	5	3.90	1.019
OP7	165	1	5	3.92	.933
OP8	165	1	5	3.81	.923
OP9	165	1	5	3.38	.913
Valid N (listwise)	165				

Orientasi Kewirausahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OK1	165	1	5	3.69	.941
OK2	165	1	5	3.64	.987
OK3	165	1	5	3.48	1.068
OK4	165	1	5	3.56	1.014
OK5	165	1	5	3.83	.895
OK6	165	1	5	3.50	.888
OK7	165	1	5	3.58	1.077
OK8	165	1	5	3.55	.933
OK9	165	1	5	3.69	.867
OK10	165	1	5	3.90	.932
OK11	165	1	5	3.76	1.031
OK12	165	1	5	3.94	.973
Valid N (listwise)	165				

Keunggulan Bersaing

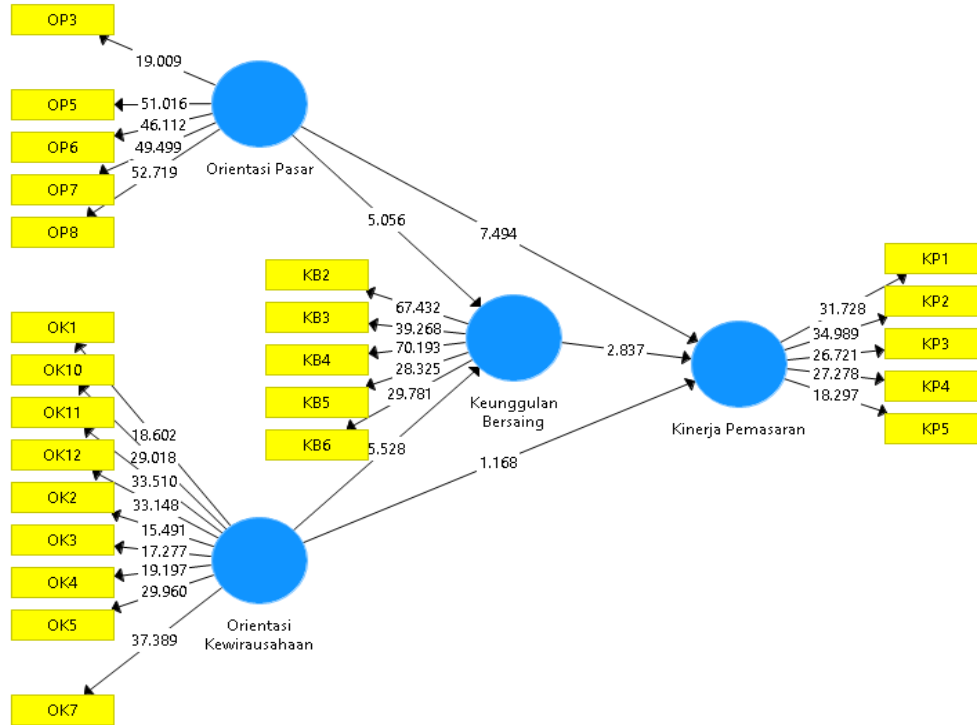
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KB1	165	1	3	1.53	.639
KB2	165	1	5	3.75	.922
KB3	165	1	5	3.81	.973
KB4	165	1	5	3.74	1.064
KB5	165	1	5	3.78	1.025
KB6	165	1	5	3.78	1.026
Valid N (listwise)	165				

LAMPIRAN 7
ANALISIS R SQUARE

	R Square	R Square Adjusted
Keunggulan Bersaing	0,561	0,556
Kinerja Pemasaran	0,283	0,270

LAMPIRAN 8 STRUCTURAL MODEL ASSESSMENT



Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Keunggulan Bersaing -> Kinerja Pemasaran	-0,332	-0,339	0,117	2,837	0,005
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing	0,476	0,481	0,086	5,528	0,000
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja Pemasaran	0,123	0,129	0,106	1,168	0,243
Orientasi Pasar -> Keunggulan Bersaing	0,435	0,431	0,086	5,056	0,000
Orientasi Pasar -> Kinerja Pemasaran	0,640	0,641	0,085	7,494	0,000

Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing -> Kinerja Pemasaran	-0,158	-0,164	0,066	2,410	0,016
Orientasi Pasar -> Keunggulan Bersaing -> Kinerja Pemasaran	-0,144	-0,148	0,063	2,274	0,023