

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kabupaten Kerinci.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kabupaten Kerinci.
3. Keunggulan Bersaing berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kabupaten Kerinci.
4. Keunggulan Bersaing tidak memediasi hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Pemasaran pada UMKM Kabupaten Kerinci.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi UMKM Kabupaten Kerinci. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran UMKM Kabupaten Kerinci berada pada kategori baik. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran pada UMKM Kabupaten Kerinci dimasa yang akan datang dari yang sebelumnya baik menjadi sangat baik.

Upaya peningkatan Kinerja Pemasaran pada UMKM Kabupaten Kerinci sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan Keunggulan Bersaing. Hal ini karena hasil penelitian ini secara empiris

menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut adalah variabel penting yang mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kabupaten Kerinci. Untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran maka terlebih dahulu untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing, dengan cara yang pertama memperhatikan indikator keunggulan biaya karena indikator tersebut dalam kategori cukup tinggi maka disarankan bagi pelaku UMKM untuk berkerjasama dengan pemasok bahan baku agar dapat meminimumkan biaya pengeluaran, selain itu juga disarankan tetap menawarkan harga yang terjangkau pada produk dari para pesaing terutama pesaing-pesaing baru. Cara yang kedua yaitu dengan memperhatikan indikator keunggulan diferensiasi dikarenakan indikator ini juga dalam kategori cukup tinggi maka para pelaku UMKM juga disarankan untuk terus memiliki atau mendaftarkan bisnisnya pada jasa *food delivery* sebagai tambahan sarana penjualan untuk meningkatkan pendapatan serta mendesain tempat usahanya dengan seunik dan menyenangkan mungkin untuk menarik minat pelanggan.

Selanjutnya diperlukan juga untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing pada UMKM di Kabupaten Kerinci, hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan Orientasi Kewirausahaan karena secara empiris telah dibuktikan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM di Kabupaten Kerinci. Untuk meningkatkan Orientasi Kewirausahaan bisa dilakukan dengan memperhatikan indikator *Innovativeness* karena indikator ini dalam kategori rendah, maka disarankan kepada pelaku UMKM atau produsen untuk selalu mencari ide-ide baru, mendukung munculnya gagasan produk baru, dan mendukung kreativitas terhadap munculnya produk baru. Selain itu, indikator *Proactiveness* juga perlu ditingkatkan karena berada dalam kategori cukup tinggi,

hal yang bisa dilakukan adalah dengan cara pelaku UMKM atau produsen senantiasa menjadi pelopor dalam memperkenalkan produk baru.

Setelah diuraikan beberapa ulasan diatas maka bisa disimpulkan untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kabupaten Kerinci, sangat diperlukan Keunggulan Bersaing yang baik, sedangkan untuk mendapat Keunggulan Bersaing yang baik juga diperlukan Orientasi Kewirausahaan yang baik pula.

### **5.3 Saran dan Keterbatasan**

Berdasarkan temuan dan kesimpulan di atas, penulis mencoba memberikan rekomendasi sebagai kontribusi pemikiran pada masa yang akan datang. Saran penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan model penelitian ini kepada objek lainnya.
2. Untuk peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan model atau menambahkan variabel lain untuk dapat mempengaruhi kinerja pemasaran.
3. Pada penelitian Jumlah responden hanya sebanyak 102 pelaku usaha UMKM dan tergolong kecil. Disarankan untuk peneliti selanjutnya menggunakan jumlah responden yang lebih banyak.
4. Pada penelitian ini hanya membatasi Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing sebagai variabel yang mempengaruhi Kinerja Pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zaini, Djumilah Hadiwidjojo, Fatchur Rohman, Ghozali Maskie,(2014) Effect Of Competitive Advantage As A Mediator Variable Of Entrepreneurship Orientation To Marketing Performance, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Volume 16, Issue 5. Ver. I (May. 2014), PP 05-10.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT.Rineka Cipta
- Asashi, Tesa., dan Sukaatmadja, I Putu Gde. (2017). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2302-8912, 1816-1845.s
- Best, R. 2009. *Market Base management; Strategy for Growing Consumer Value and Profitability*. New Jersey. Pearson Education , Inc.
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R & Fahy, J. (1993) Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: a Conceptual Model and Research Propositions. *The Journal of Marketing*. 57: 8399
- Bun Norikun, DC. Kuswardani (2016) Analisis Faktor-Faktor Dalam Meningkatkan Kesuksesan Produk Baru Pada Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada Produk Telepon Seluler Polytron atau PT. Hartono Istana Teknologi). *Jurnal Manajemen Ekonomi Universitas Semarang* 2015 hal. 65-80
- Charles, Lagat., Chepkwony Joel, Kotut Cheruiyot Samwel. 2012. "Market Orientation and Firm Performance in The Manufacturing Sector in Kenya". *European Journal of Business and Management*, Vol. 4 No.10, p. 20-27.
- Claudia 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) 2020: 8-18
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. (2017). "Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk". *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol 3 No.1 . (2017).
- Delta Lexi Arbawa Dan Paulus Wardoyo (2018) Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal) *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 11, No 1 (2018).
- Dess, G. G. G. T. L. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship Gregory. *Academy of Management Executive*, 2005, Vol. 19, No. 1, 33(6), 45–46.

- Dewi Purnama Indah dan Devie (2013) Analisa Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, Vol. 1, No. 2, 2013.
- Edia Satria, Ida Yusnita, Ayu Esteka Sari (2020) Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Dimensi Kewirausahaan di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Manajemen dan Sains*, vol. 5 No. 2 Oktober 2020, 172-178.
- Ekawati, N. W., Rahyuda, I. K., Yasa, K. N. N., and Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Implementation of Ecopreneurship and Green Innovation in Building Competitive Advantage to Generate Success of New Spa Products in Bali. *International Business Management*, Vol 10 No 14: 2660-2669.
- 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, (2016).
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fernández-Mesa, A., & Alegre, J. (2015). Entrepreneurial orientation and export intensity: Examining the interplay of organizational learning and innovation. *International Business Review*, 24(1), 148-156.
- Fornell, C. & Larcker, D. F (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of marketing research*, 18 (1), (1981).
- Hajar S, Sukaatmadja I Putu Gde, (2016) Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 10, 2016 : 6580-6609.
- Hair, J.F., Black W.C., Babin. B.j., and Andersson R.E (2014). *Multivariate Data Analysis 7, th Edition*. New Jersey: Person Education Limited Harlow. England.
- Hanifah, 2011, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Budaya Organisasi dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan", *Prosiding Seminar Nasional Call for Paper*, ISSN : 978- 979-3649-65-8.
- Hanifah, Amelia. (2010). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Budaya Organisasi Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM di Jawa Barat), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (2010).
- Harmony (2021) Apa Itu Keunggulan Kompetitif Dalam Bisnis?. *harmony.co.id*  
Retrieved from

<https://drive.google.com/file/d/1eoFYv3iPxEEyvvD6qq0mTa50HNdRvqLS/view?usp=sharing> diakses 25 maret 2022.

- Hassim, A. 2016. Revolusi Industri 4.0, *investor.id*. retrieved from <https://investor.id/archive/revolusi-industri-40> diakses pada 21 maret 2022.
- Hatta, Iha Haryani (2015) Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Volume 13, Nomor 4, Desember 2015
- Hendro dan Chandra. 2006. *Be A Smart And Good Entrepreneur*. Cetakan Pertama. Jakarta: CLA Publishing.
- Herry Novrianda, Aan Shar, dan Debby Arisandi (2021) Pengembangan Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Provinsi Bengkulu, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, vol. 7, No, 1, maret 2021
- I Komang Eddy Jaya Palwaguna Dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2021) Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 10, No. 12, 2021 : Hal 1347-1366 Issn : 2302-8912
- Inda Lestari, Miguna Astuti, & Hariyanto Ridwan (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*, 4 (1), 111 – 118 (2019).
- Indah Merakati, Rusdarti, Wahyono (2017) Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran, *Journal of Economic Education*, Vol 6 No 2 (2017) 114 – 123.
- Ivan, M Mahdi (2022) berapa jumlah UMKM di Indonesia, *DataIndonesia.id*. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1eoFYv3iPxEEyvvD6qq0mTa50HNdRvqLS/view?usp=sharing> diakses tanggal 9 maret 2022.
- Jasmani (2018) Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pt. Berkah Motor Wonosari). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 2, No. 2, Desember 2018: 263 – 280
- Katua, N.T. (2014) The role of SMEs in employment creation and economic growth in selected countries. *International Journal of Education and Research* 2 (12): 461-472.
- Knight, G. (2016). *Entrepreneurship and Marketing Strategy : The SME Under Globalization*. 8(2), 12–32.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2003). *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, S. 2017. Memahami Marketing 4.0 dalam konteks Ekonomi Digital, *marketeers.com*. retrieved from <http://marketeers.com/mengenal-marketing-4-0-dalam-konteks-ekonomi-digital/> diakses pada 21 maret 2022.
- Lakhal, L (2009) Impact of quality on competitive advantage and organizational performance, *journal of the operational research society*, Vol 60, 637-645 (2009).
- Lee, Ting Ko dan Chu, Wenyi. (2011). Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage:The Mediation of Resource Value and Rareness. *African Journal of Business Management*, Volume 5 (33)
- Lumpkin, G. T., & Dess, Gregory G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linkingit To Performance ,*Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Mahmood, R & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*. Vol 4, No 1.(2013).
- Marsiana Numat, Ambar Lukitaningsih , Lusya Tria Hatmanti Hutami (2022) Pengaruh Kreativitas Strategi Pemasaran, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemi Covid - 19 . *Reslaj: Religion Education Social LaaRoiba Journal*, Vol 4 No 5 (2022)
- Maslucha Nur'aini dan Sanaji. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (4), h: 1-12.
- Marta Marsela Manahera, Silcyljeova Moniharapon dan Hendra N. Tawas (2018) Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado), *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 3603 – 3612.
- McDougall, P.P. dan Oviatt, B.M. 2000. International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*. 43(5): 902-908.
- Merakati, I. Rusdarti, dan Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*. 6(2): 114-123, (2017).

- Miller D and P.H. Friensen. (1983). "Strategy-Making and Environment: The Third Link," *Strategic Management Journal*, 4 (3), p.221- 235.
- Mohammad Fatih Nizam, Eva Mufidah, Vita Fibriyani (2020) Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol 5, No 2, Desember 2020
- Musrifah Dan Murwatiningsih (2017) Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing, *Management Analysis Journal*, Vol 6, No 4 (2017).
- Nasution, Aulia Arief. (2014). Analisis Kinerja Pemasaran PT Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 1 (1), h: 1-14
- Ndubisi, N. O. dan J. Agarwal. 2014. Quality performance of SMEs in a developing economy: Direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial orientation. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 29(6): 454-468.
- Ni Kadek Nusanti Putri, Ni Nyoman Kerti Yasa (2018) Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pie Susu di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 12, No. 2, Agustus 2018
- Ni Made Putri Dewi, Ni Wayan Ekawati (2017) Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 9, 2017 : 4947-4977
- Ni Made Vera Pramesti dan I Gusti Ayu Ketut Giantari (2016). Peran Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Industri Kerajinan Endek. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.9, 2016:5754-5782
- Noor Hudha, Marjam Desma Rahadhini, Aris Eddy Sarwono (2022) Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing Dan Kinerja Pemasaran (Survey Pada Ukm Tenun Lurik Di Desa Mlese, Cawas, Klaten). *BALANCE: Economic, Business, Management, And Accounting Journal*, Vol.XIX, No.1, 2022
- Nyoman Gede Aditya Jay Medhika, I Gusti Ayu Ketut Giantri, Ni Nyoman Kerti Yasa (2018) Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM, *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 1, Nomor 2, Maret 2018
- Octavia, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing Batik Jambi dengan Bauran Pemasaran sebagai Intervening Variabel. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis (JIMBI)* Vol 1, No 1, (2016)



- Okki Navarone (2003) Analisis Pengaruh Tingkat Kesuksesan Produk Baru Dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol 2, No 1 (2003).
- Paulus Wardoyo, Endang Rusdianti, Sri Purwantini (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Usaha Dan Kinerja Bisnis Umkm Di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed*
- Porter, Michael, E. 1990. *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Potter, Michael E, 1993, *Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga, Jakarta.
- Porter, Michael E. 1998. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York : Free Press.
- Poudel, K. P., Carter, R & Lonial, S. (2012). The Pro - cess Aspect of Entrepreneurial Orientation Performance Relationship: Uncovering the Mediating Roles of Technological Capabilities, Innovation, and Firm Growth. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Vol 32 No 12 (2012)
- Pradhan, P., D. Nigam, and Tiari. Ck. (2018). Digital Marketing and SMES: An Identification of Research Gap Via Archives of Past Research. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 23, No. 1, p. 1-14.
- Prasetya, A.Y. (2012). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Produk dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, vol 3 no 2, hal: 7-17.
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. (2015). Orientasi Pasar dan Inovasi produk Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perusahaan Mebel Jepara. Prosiding Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII*, h: 12-19. (2015)
- Putri, V. W & Yuniawan, A. (2016). Organizational Effectiveness: Social Capital and Competitive Advantage Approach. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol 7 No 1 : 76-90. (2016).
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner Di Yogyakarta, *JBMA*, 3(2), 2252-5483, 1-11.
- Rasyidi, Fakhri. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM Keripik Buah di Wilayah Malang Raya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Vol 4 No 2: 5483-5497, (2016).
- Ratna Sari, Muslikh, Nazwirman (2018) Upaya Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT Railink), *Journal Of*

*Economics And Business Aseanomics (JEBA)*, Vol 3 No. 2, Juli- Desember (2018).

Rodriguez, A. L. L., and Morant, G. A. (2016). Linking Market Orientation, Innovation and Performance: An Empirical Study on Small Industrial Enterprises in Spain. *Journal of Small Business Strategy*, 26 (1), pp: 37- 50.

Roro Aristiyo dan Murwatiningsih (2017) Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Kemitraan, *Management Analysis Journal*, Vol 6, No 1 (2017).

Rosli Mahmood, Mahmood, R., Aarakit, S. M., Alarape, A. A., Al-swidi, A. K., AlHosam, A., ... Me, N. (2013). Entrepreneurial orientation and business performance of women-owned small and medium enterprises in Malaysia : Competitive advantage as a mediator. *International Journal of Business and Social Science*, Vol 4 No 1, 82–90.

Saiman, L. (2012). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

Sari, L. F. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Pakaian Jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journal*. 2 (1).

Sinulingga, J.E., Amelia, W.R., & Syahrial, H. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Printing di Padang Bulan Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(1): 51-66, (2022).

Sefnedi (2017) The Effect Of Emotional Intellingent And Organizational Cynicism On Job Performance: The Role Of Motivation As Mediation, *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Vol 19, issue 3, pp 101-107.

Soehadi, A.W. (2011). *Entrepreneurship Education*. Cetakan ke-1. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.

Styagraha, H. 1994. *Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT*. Usahawan. 4.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Suryana. (2008). *Kewirausahaan*. Cetakan ke-4. Jakarta: Salemba Empat.

Suryana, Y., & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausahawan sukses*. Kencana prenada media group.

- Ulya, Zikriatul. (2019) Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Industri Kecil Pengolahan Pisang Sale Di Kabupaten Aceh Timur- Aceh), *j-EBIS*, 4(2), 114-125
- Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2017). Orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis peran moderasi dari intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.16.No. 58
- Wiklund, J (1999) The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation—Performance Relationship. *Sage journals*, vol 24, no 1, (1999)
- Wildan Aryo Nugroho, Mudiantono (2019) Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan Ukm Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implementasi Model A.I.D.A. pada UMKM pangan di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 8, No.4, tahun 2019, 152-165.
- Wulan Sari Astami (2013) Analisis Pengukuran Kinerja Pemasaran Melalui Financial Metrics (Studi Kasus Untuk Produk CN-235 Di PT. Dirgantara Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, Vol 4, No 2 (2013).
- Yahya Reka Wirawan (2017) Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Batik Di Kabupaten Jombang, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya (EQUILIBRIUM)* Volume 5, Nomor 1, Januari 2017
- Zaini, Achmad., Hadiwidjojo, D., Rohman, F., and Maskie, G. (2014). Effect Of Competitive Advantage As A Mediator Variable Of Entrepreneurship Orientation To Marketing Performance. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16 (5), pp: 05-10.
- Zefri Efdison, Hendra (2020). Pemetaan Geografi Industri Kecil di Kabupaten Kerinci Sebagai dasar Perumusan Kebijakan Pengembangan UMKM Yang Inovatif dan Berdaya Saing. *E-journal Apresiasi Ekonomi*, Vol 8 No 3, September 2020.
- Zimmerer, T. W. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., dan Norman M. S. 2002. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Edisi Bahasa Indonesia. Pratiknyo, S dan Tarmidzi, E. T. Jakarta: PT Prenhallindo
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Terjemahan. Deni Arnos Kwary. Jakarta: PT. Indeks.
- Zhao X., Lynch Jr, J.G., Chen Q., (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*. Vol 37, pp197-206.