

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
PRODUKSI PEMBIBITAN TANAMAN TANI DI DUSUN WEDANI  
DESA BADANG KECAMATAN NGORO  
KABUPATEN JOMBANG  
ARTIKEL ILMIAH**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu  
Program Pendidikan Ekonomi**



**Oleh :**

**RIKA AYU ARISTANTI**

**NIM. 152055**

**SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA JOMBANG  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
2019.**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Karya Tulis Ilmiah yang Berjudul:

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Produksi Pembibitan  
Tanaman Tani Di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro  
Kabupaten Jombang.

Oleh :

Rika Ayu Aristanti

152055

Telah disetujui oleh Tim Seleksi Karya Tulis Ilmiah Program Studi Pendidikan  
Ekonomi STKIP PGRI Jombang  
Pada Hari Jum'at, Tanggal 5 Juli 2019

Pembimbing

Panitia Seleksi

Dr. Ninik Sudarwati, M.M

(.....)

NIK. 196806251993032002 .

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rika Ayu Aristanti

NIM : 152055

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa artikel yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa artikel ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jombang, 4 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

Tanda tangan

Rika Ayu Aristanti

**Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Produksi Pembibitan  
Tanaman Tani Di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro  
Kabupaten Jombang.**

<sup>1</sup>Rika Ayu Aristanti, <sup>2</sup>Ninik Sudarwati  
Email: [rikaayuaristanti14@gmail.com](mailto:rikaayuaristanti14@gmail.com)  
<sup>1,2</sup>Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

**Abstract**

This research is based on the background of an effort carried out in the Wedani hamlet in Badang village, Ngoro district, Jombang regency which can improve the economy and reduce unemployment and employment recruitment so that it can become a means of equitable distribution of people's welfare. This research was conducted with the aim to determine the effect of market orientation on the competitive advantage of the production of plant nursery in the Wedani hamlet in the village of Badang, Ngoro District, Jombang Regency. This type of research is quantitative using a simple regression test. The samples in this study were 50 respondents to analyze the study. The results of this study shows that there is a positive and significant direct effect between market orientation on competitive advantage, as evidenced by the significance value of 0.011 is less than 0.05 ( $0.011 < 0.05$ ) and the coefficient of determination of 0.128 is 12.8%. This means that  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected. Thus, the variable "Market Orientation (X) influences the variable competitive advantage of the production of crop nursery production in the Wedani hamlet of Badang village, Ngoro district, Jombang district (Y).

**Keywords: Market Orientation, Competitive Advantage, Wedani Hamlet.**

Abstrak : Penelitian ini di latar belakang oleh suatu usaha yang di lakukan di dusun wedani desa badang kecamatan ngoro kabupaten jombang. Yang dapat meningkatkan perekonomian dan mengurangi pengangguran serta pengangkatan tenaga kerja. Sehingga lebih mampu menjadi sarana pemerataan kesejahteraan rakyat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing produksi pembibitan tanaman tani di dusun wedani desa badang kecamatan ngoro kabupaten jombang. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan uji regresi sederhana. Sampel dalam penelitian ini 50 responden untuk menganalisis penelitian.

Hasil penelitian ini Terdapat pengaruh langsung secara positif dan signifikan antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,011 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi sebesar  $0,128 = 12,8 \%$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian variabel "Orientasi Pasar (X) berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing produksi pembibitan tanaman tani di dusun Wedani desa Badang kecamatan Ngoro kabupaten Jombang (Y).

**Kata Kunci : Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Dusun Wedani.**

## **LATAR BELAKANG**

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka usaha-usaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha lainnya. Sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian setiap pemilik usaha dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Dengan semakin ketatnya persaingan tersebut maka perusahaan harus memahami apa dan bagaimana cara untuk mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya. Kunci penting untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan di bidang usaha untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Uncles (2000) mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas berkaitan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Narver dan Slater (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan superior value bagi pembeli dan menghasilkan superior performance bagi pengusaha, pemilik usaha yang telah menjadikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi akan berdasar pada kebutuhan dasar eksternal, keinginan dan permintaan pasar sebagai dasar dalam penyusunan strategi bagi masing-masing unit bisnis dalam organisasi, dan menentukan keberhasilan pemilik usaha. Menurut Dewi (2006) Ada tiga indikator yang digunakan untuk mengukur Orientasi pasar, yaitu Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, dan Informasi Pasar. Dalam orientasi pasar maka dapat dikatakan banyak pemilik pembibitan sedang bersaing di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

Menurut Bharadwaj (1993), Keunggulan bersaing adalah hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik ialah kemampuan pemilik usaha untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Menurut Narver dan Slater (1990) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai apabila perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas pemilik usaha seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya. Menurut Li, Dkk, (2006) Keunggulan bersaing dapat diukur dengan menggunakan indikator ; harga, kualitas Produk, delivery dependability/ Pengiriman.

Pemanfaatan sumber daya secara optimal akan membuat organisasi usaha memunyai keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya. Apabila sumber daya yang dimiliki oleh organisasi sama atau lebih rendah dibandingkan pesaingnya, maka organisasi tersebut akan kehilangan daya saingnya. Untuk itu, pemilik usaha perlu menerapkan strategi yang fleksibel terhadap perkembangan dan perubahan yang terjadi sehingga pemilik usaha dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang terbatas menjadi syarat mutlak bagi perusahaan untuk tetap bertahan hidup dan mencapai daya saing yang unggul.

Dalam tingkat persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang sangat maju maka suatu produksi usaha akan tumbuh berkembang sampai pada suatu

titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lain. Agar menang dalam suatu persaingan maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga tergantung pada strategi yang diterapkan oleh pemilik usaha.

Di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani. Mereka banyak yang memanfaatkan lahan kosong disekitar rumahnya untuk membuka usaha produksi pembibitan tanaman tani seperti cabai, tomat, bungkul, terongdan lain sebagainya. Keuntungan yang dihasilkan dari usaha produksi pembibitan ini relatif banyak sehingga mampu meningkatkan perekonomian rumah tangga di kawasan tersebut. Sampai saat ini sudah ada kurang lebih 50 keluarga petani yang menggeluti usaha ini, ada yang turun temurun dan ada pula yang mulai merintis dari awal.

Tingginya tingkat persaingan yang ada tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar tetapi juga dialami oleh pengusaha menengah di Indonesia seperti produksi pembibitan tanaman tani di Dusun Wedani yang mayoritas masyarakatnya memproduksi pembibitan tanaman tani. Tingkat persaingan semakin ketat karena banyak masyarakat yang tergiur memproduksi pembibitan tanaman tani, dalam penentuan harga pemilik produksi antara satu dengan yang lainnya berbeda sehingga timbul lah persaingan.

### **Rumusan Masalah.**

“Adakah Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Produksi Pembibitan Tanaman Tani Di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang” .

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas adalah: “ Untuk Mengetahui dan Menguji Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Produksi Pembibitan Tanaman Tani Di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang”

### **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik Usaha Pembibitan Tanaman Tani di Dusun Wedani Desa Badang Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang, yang mana jumlahnya dapat diketahui sebanyak 50 orang untuk pengisian angket. Apabila subjek kurang dari 100, maka lebih baik di ambil seluruhnya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah sebjeknya besar dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% itu untuk pengambilan sampel dengan populasi diatas 100 (Arikunto,2006). Maka peneliti disini mengambil semua populasi sebagai sampel penelitian. Karena menurut Arikunto populasi kurang dari 100 maka harus diambil semua. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah observasi, Angket (Kuesioner),Dokumentasi. Angket akan disebarakan kepada Seluruh pemilik pembibitan tanaman tani dusun Wedani (Sampel). Dan Dusun Sukotirto (Uji Coba).

Pada penelitian ini penelitian ini ada dua variabel Orientasi Pasar (X) dengan tiga indikator dan Keunggulan Bersaing (Y) dengan tiga indikator. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan

skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata seperti sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. (Sugiyono, 2017) Berdasarkan pendapat tersebut, maka instrument angket dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk ceklist dengan masing-masing soal akan diberi lima alternative jawaban persetujuan atau kesesuaian.

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah data penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Adapun analisis data yang digunakan peneliti sebagai berikut : Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji t dan signifikansi, Koefisien determinasi.

### HASIL PENELITIAN

Uji validitas dilakukan melalui perbandingan antara nilai r hitung terhadap r tabel. Bila r hitung > r tabel, maka pernyataan dalam kuisionerdinyatakan valid (Ghozali 2005 dalam Faturrosida 2017). Ketentuan r tabel diketahui dari  $df = (N-2)$ . Jika responden yang kita gunakan sejumlah 30 pemilik pembibitan tanaman tani dusun Sukotirto maka :

$$Df = (N-2)$$

$$Df = 30-2$$

$$Df = 28$$

Jika diketahui  $df = 28$  maka r hitungnya adalah 0,361. Dari uji validitas dengan bantuan program spss 16 dari 2 variabel 9 indikator dan 18 soal menyatakan valid semua. Dan dari uji reliabilitas variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil dari uji yang dilakukan pada variabel orientasi pasar sebesar 0,628 > 0,60 . dan Variabel Keunggulan Bersaing sebesar 0,609 > 0,60. Masing masing variabel dikatakan valid semua. Dan hasil dari Analisis Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan rumus:

$$y = a+bx$$

(sumber Algifari.2000)

$$Y = a + bX$$

$$= 24,609 + 0,390X$$

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.609	6.057		4.063	.000
Orientasi Pasar	.390	.147	.358	2.653	.011

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS 16.

Berdasarkan tabel 4.6 Hasil penghitungan koefisien regresi sederhana diatas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah 24,609 dan keunggulan bersaing sebesar 0,390. sehingga diperoleh persamaan regresi yaitu  $Y=24,609 + 0,390 X$ , dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa :

- a. Nilai konstanta (a) adalah 24,609, berarti variabel orientasi pasar diasumsikan (=0), maka variabel keunggulan bersaing memiliki nilai sebesar 24.609.
- b. Orientasi Pasar (b) = 0,390 X maka artinya jika variabel orientasi pasar mengalami kenaikan, maks keunggulan bersaing akan meningkatkan sebesar 24.609.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Signifikasi T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.609	6.057		4.063	.000
	Orientasi Pasar	.390	.147	.358	2.653	.011

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : data yang diolah menggunakan SPSS 16

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikasi dari variabel orientasi pasar sebesar 0,011 hasil tersebut lebih kecil dari signifikasi 0,05 atau ( $0,011 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima Ada pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.358 <sup>a</sup>	.128	.110	2.11078

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar

Sumber : data yang diolah menggunakan SPSS 16

Berdasarkan Tabel diatas Koefisien Determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil tabel model summary, diketahui koefisien r square sebesar 0,128 artinya bahwa pengaruh orientasi

pasar terhadap keunggulan bersaing sebesar 12,8 % sedangkan sisanya 87,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model analisis penelitian ini.

Dan hasil uji T Apabila  $\text{sig} < 0,05$ , maka ada pengaruh antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing produksi pembibitan tanaman tani. Hasil dari uji T sebesar 0,011 hasil tersebut lebih kecil dari signifikansi 0,05 atau ( $0,011 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima Ada pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Dari Uji Koefisien Determinasi menunjukkan diketahui koefisien  $r$  square sebesar 0,128 artinya bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing sebesar 12,8 % sedangkan sisanya 87,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model analisis penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu). Untuk mencapai keunggulan bersaing maka Pemilik produksi pembibitan tanaman tani salah satunya harus memperhatikan orientasi pasar, Ketahanan produksi bibit tanaman tani mulai dari penyemaian yang dilakukan pemilik pembibitan tanaman tani sampai dengan penanaman yang dilakukan oleh konsumen. Pemilik pembibitan tanaman tani dalam memproduksi pembibitan tanaman tani memikirkan ketahanan produksinya. Pemilik usaha memberikan informasi mengenai usaha yang diproduksi.

Kemampuan pelayanan pemilik pembibitan tanaman tani memberikan layanan yang sesuai dengan kemampuannya namun harus yang disenangi konsumen, seperti memilihkan pembibitan yang berkualitas dan pelayanan yang cepat. Jumlah pendapatan adalah total keseluruhan pendapatan yang diterima dari suatu unit usaha, pemilik usaha pembibitan tanaman tani harus mengetahui jumlah pendapatan mulai membuka usaha sampai mengalami siklus kehidupan produksi, pemilik produksi pembibitan tanaman tani mengontrol perolehan pendapatan tiap bulannya.

*Cash-in-flow* (gambaran mengenai jumlah uang yang masuk) bertujuan sebagai informasi yang relevan mengenai penerimaan dan pembayaran kas, pemilik produksi pembibitan tanaman tani membuat laporan setiap bulannya baik pemasukan maupun pengeluaran. Jumlah pelanggan adalah konsumen tetap yang membeli produksi pembibitan tanaman tani atau menyewa jasa untuk melakukan penyemaian tanaman tani secara berulang-ulang, Maksimal pemilik pembibitan tanaman tani dalam waktu 5 bulan sudah memiliki pelanggan.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terhadap 50 sampel yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh langsung secara positif dan signifikan antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,011 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi sebesar  $0,128 = 12,8 \%$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian variabel "Orientasi Pasar (X) berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing produksi pembibitan tanaman tani di dusun Wedani desa Badang kecamatan Ngoro kabupaten Jombang (Y).

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang sudah diuraikan, maka peneliti memberikan saran, Bagi pengusaha perlu meningkatkan kualitas produksi seperti pengestrakan yang dilakukan oleh pemilik produksi yang sudah melakukan

ekstrak pada saat penyemaian, serta melakukan pelayanan yang memuaskan seperti pengiriman yang menyesuaikan kebutuhan konsumen serta mengembangkan usahanya dengan memperhatikan jumlah pendapatan keuangan yang masuk dan juga pengeluaran. Agar usahanya tidak mengalami gulung tikar. Bagi masyarakat diharapkan dapat mencari ilmu kepada pengusaha yang sukses dan mengalami pengembangan dalam usahanya untuk menambah pendapatan dan mengurangi pengangguran. Bagi Peneliti lain, hendaknya dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan penelitian yang meliputi orientasi pasar dan keunggulan bersaing dan diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain dari luar variabel yang telah diteliti ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji Wahyu Purnomo. 2014. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Daya Saing Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Knalpot (Studi Pada Home Industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Akimova, Irina. 1999. "Development of Market Orientation and Competitiveness of Ukrainian Firm". *European Journal of Marketing*. p.1128-1146.
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi Teori, kasus, dan Solusi*. Yogyakarta : PT BPF.
- Arikunto Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bharadwaj, Sundar G, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn. 1993. "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions". *Journal of Marketing*. Vol.57,Oktober,p.83-99.
- Dewi Ni Wayan Priti Nirmala & Suparna Gede. 2017. *Peran Inovasi Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Kain Endek*. Universitas Udayana Bali.
- Dewi Sensi Tribuana. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik Di Kota Dan Kabupaten Pekalongan)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Dirgantoro Crown. 2002. *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*. Jakarta : Gramedia.
- Faturrosida Riza Triani. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha di Desa Karangloh Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang*. Skripsi : STKIP PGRI Jombang.
- Gatignon, Hubert dan Jean – marc Xuereb. 1997. " Strategic Orientation of The Firm and New Product Performance". *Journal of Marketing Research*. p. 77 – 79.

- Ghanimata Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hapsari Gusti Ruzayda Eka & Hadiwidjojo Djumilah. 2014. *Pengaruh Pembelajaran Organisasional, Orientasi Pasar dan Inovasi Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang Raya*.
- Helia Renita Dkk. 2015. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)*. <https://media.neliti.com/media/publications/100429-ID-pengaruh-orientasi-pasar-dan-orientasi-k.pdf>.
- Irfanunisa dkk. 2013. *Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. 1993. *Market orientation: antecedents and consequences*. *The Journal of marketing*, 53-70.
- Kohli, Ajay & Jaworski, Bernard. 1990. *Market Orientation : The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications*". *Journal of marketing*, vol.54.
- Li, S., Ragu-Nathan,B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. 2006. "The Impact of Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance," *Omega*, 34(1). 107 – 124.
- Manek Daniel. 2013. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Pengolahan Di Kota Semarang*. Jurnal.
- Muchlis, I. 2015. *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Batik Dinar Hadi Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Munawaroh. 2013. *Metodologi Penelitian*. Malang: Intimedia.
- Narver, J. C., & Slater , S. F. 1995. "Market Orientation and The Learning Organization ", *Journal of Marketing*. p.63 – 74.
- Narver, John & Stanley F S later. 1990. "The Effect of Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*, p. 20-35.
- Porter, M. E. 1996. *Cometitive advantage, agglomeration economies, and regional policy*. *International regional science review*, 19(1-2), 85-90.
- Potter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta :Erlangga.

- Prakosa Bagas. 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)*.
- Putranto Samtim Eko. 2003. *Analisis Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Faktor Karakteristik Pimpinan, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Pembelajaran*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Setiawan Beni. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Industri Makanan Ringan Mekar Jaya Bandung*.
- Setiawan, Heri. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*. *ORASI BISNIS*,8(2).
- Sugiyarti Gita. 2015. *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranoto Meike. 2009. *Strategi Menciptakan Keunggulan bersaing Produk melalui Orientasi Pasar , Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran*.
- Titahena Daniel Alexander. 2012. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Intervening Keunggulan Bersaing ( Studi Kasus Industri Menengah Dan Besar Mebel Dan Furniture Di Kota Semarang )*.
- Tjiptono Fandy, Dkk. 2007. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Uncles, Mark. (2000). "Market Orientation". *Australian Journal of Management*. Vol.25,No.2.