

# **“PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (PADA SENTRA INDUSTRI PERCETAKAN PAGARSIH KOTA BANDUNG”**

**FRIZA LUCKY M<sup>[1]</sup>  
WINDI NOVIANTI<sup>[2]</sup>**

**[frizaluckymuhammad@gmail.com](mailto:frizaluckymuhammad@gmail.com)**

**Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Komputer Indonesia Bandung**

---

*This study aims to find the competitive advantage that can be achieved through Learning Orientation And Market Orientation. And analyze how the influence of Market Orientation and Learning Orientation towards good competitive advantage partially or simultaneously At Printing Center Pagarsih Bandung.*

*Research uses descriptive method and verifikatif consisting of multiplelinear regression analysis, correlation analysis, and determination of the coefficient of analisis, as well as testing hypotheses by performing simultaneous and F to test test t for partial. Results of this research show that Learning Orientation, orientation of the market, and competitive advantage belongs to the criteria quite well. The results from simultaneous hypotheses testing nor suggest that the orientation of Market Orientation and Pembelajaran influential significantly to Competitive Advantage.*

***Keywords: Market Orientation, Learning Orientation, Competitive Advantage***

## **I.PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Penelitian**

Dalam persaingan dan perdagangan bebas yang sedang terjadi di Indonesia saat ini, semakin banyak para wirausahawan memikirkan dan mencari sebuah peluang yang potensial untuk mendirikan usaha atau perusahaan untuk kemajuan kehidupan dan untuk kemajuan negara sendiri. Usaha tersebut di Indonesia lebih dikenal dengan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang memang berpotensi dalam penciptaan suatu produk yang diharapkan dapat bersaing didalam persaingan dan perdagangan pasar yang bebas ini. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan pilar penting untuk mengukur perekonomian suatu negara. Apalagi sejak diciptakannya sebuah integritas ASEAN Economic Community perdagangan di Asia Tenggara jadi semakin kompetitif. Mulai dari perdagangan barang dan jasa hingga tenaga kerja. Untuk itu diharapkan SDM kita harus dapat bersaing dengan SDM dari negara lain khususnya asia tenggara.

Di Kota Bandung terdapat sentra industri percetakan yang terkenal di telinga masyarakat terlebih masyarakat Bandung. Tetapi tidak sedikit pula orang yang berada diluar Bandung mengetahui sentra industri percetakan ini. Tepatnya di sepanjang Jl. Pagarsih Kota Bandung Jawa Barat ini bisa dibilang sebagai pusatnya industri percetakan di Kota Bandung. Mulai dari percetakan undangan, buku, poster, banner, bahkan kaos dan berbagai percetakan-percetakan lainnya. Sentra ini merupakan usaha yang turun temurun di Kota Bandung. Banyak sekali toko yang menyediakan jasa percetakan disini.

Demi menciptakan kegiatan usaha yang maju di bidang industri percetakan setiap pelaku usaha tentu harus memiliki komitmen dalam menciptakan proses yang sangat maksimal untuk kemajuan perusahaan. Hal tersebut harus dapat menjadi nilai unggul bagi perusahaan dan menjadi pembeda dengan perusahaan lain. Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar dapat berpotensi untuk menciptakan Keunggulan Bersaing yang

mana untuk menciptakan diferensiasi dengan perusahaan yang melakukan usaha sejenis. Itulah yang dikatakan sebagai keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA SENTRA INDUSTRI PERCETAKAN PAGARSIH KOTA BANDUNG”**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan yang menjadi fokus dalam penelitian permasalahan nya yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tanggapan pelaku usaha mengenai Orientasi Pembelajaran pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Bagaimanakah tanggapan pelaku usaha mengenai Orientasi Pasar pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Bagaimanakah tanggapan pelaku usaha mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Orientasi Pembelajaran pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Orientasi Pasar pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Orientasi Pembelajaran Dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

## **II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **Orientasi Pembelajaran**

Menurut (Schein, 1996) dalam J.E Sutanto (2009:448) Orientasi pembelajaran merupakan filosofi yang dianut oleh perusahaan yang menekankan pembelajaran dalam organisasi. Orientasi pembelajaran akan berkembang baik di dalam suatu organisasi yang melakukan pembelajaran. Di dalam organisasi yang berorientasi pembelajaran akan terjadi proses pengembangan kemampuan yang

dilakukan secara terus-menerus guna menciptakan masa depan yang lebih baik.

Ada tiga nilai penting atau indikator yang dapat membentuk orientasi pembelajaran menurut (Sinkula, Baker dan Noordewier, 1997) yang dikutip dalam J.E Sutanto (2009:448). yaitu :

#### **a. Komitmen Untuk Pembelajaran**

Nilai-nilai fundamental yang dianut dalam pembelajaran melalui organisasi akan mempengaruhi apakah organisasi mempertahankan budaya belajar atau tidak. Komitmen berwujud apabila ada dukungan kuat dari semua anggota organisasi termasuk pihak manajemen.

#### **b. Terbuka Terhadap Pemikiran Baru**

Organisasi yang berorientasi pembelajaran terbuka untuk mendapatkan pengetahuan baru, selalu mempertanyakan apa yang dipelajari dan diketahui serta mau belajar dari pengalaman masa lalu.

#### **c. Visi Bersama**

Berbeda dengan komitmen terhadap pemikiran baru yang mempengaruhi pada intensitas belajar, visi bersama memiliki peran penting dalam belajar proaktif.

### **Orientasi Pasar**

Menurut Lukas & Farrel (2000) dalam Bagas Prakosa (2005:40) orientasi pasar didefinisikan sebagai proses dari menghasilkan dan memberikan informasi pasar untuk tujuan menciptakan superior value bagi konsumen.

Narver dan Slater (1995) dalam Meike Supranoto (2009:32), menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari 3 indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi.

a. Orientasi pelanggan, dalam hal ini kaitannya dengan komitmen pelanggan, penciptaan nilai pelanggan, dan pemahaman kebutuhan pelanggan

b. Orientasi pesaing, dalam hal ini kaitannya dengan bereaksi cepat terhadap tindakan pesaing, menargetkan peluang dalam keunggulan kompetitif.

c. Koordinasi antar fungsi, dalam hal ini kaitannya pemberian informasi bagi pelanggan serta adanya kontak pelanggan antar fungsi.

### **Keunggulan Bersaing**

Menurut Bharadwaj et al dalam Gita Sugiyarti (2015:112) menjelaskan bahwa “keunggulan bersaing merupakan 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 merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk ditiru oleh para pesaingnya. Sedangkan asset atau sumber daya unik merupakan sumber daya nyata

yang diperlukan perusahaan guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya ini harus diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan (diferensiasi) dengan perusahaan lain”.

Menurut Siti Hajar dan I Putu Gde Sukaatmadja (2016:6591) terdapat 5 indikator yang mendasari keunggulan bersaing diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1.Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata rata pesaing.
- 2.Eksplorasi peluang, adalah mengidentifikasi peluang dengan cara cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.
- 3.Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup pertumbuhan perusahaan.
- 4.Fleksibilitas, adalah sebuah konsep untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.
- 5.Hubungan pelanggan , adalah hubungan dengan harapan pelanggan loyal.

### III.OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### Objek Penelitian

Objek Penelitian menurut Sugiyono (2012:38) adalah suatu atributatau sifat ataunilai dari orang,objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.

Metode Penelitian

#### Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2017:2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif.

### IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda memiliki fungsi untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, yang mana mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat variabel terikat dapat diprediksi.Dalam hal ini variabel Orientasi Pembelajaran (X1) dan Orientasi Pasar (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	1,848	1,062		1,739	,093
Orientasi Pembelajaran	,233	,098	,286	2,374	,025
Orientasi Pasar	,428	,078	,663	5,507	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari hasil olah pada analisis regresi diatas, maka didapatkan hasil persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 1,848 + 0,233 X1 + 0,428 X2$$

Koefisien pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

b0 (konstanta)= 1,848 Artinya jika Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar bernilai konstan (no)/tidak ada peningkatan, maka keunggulan bersaing akan bernilai sebesar 1,848.

b1= 0,233 Artinya jika setiap terjadi peningkatan yang terjadi pada Orientasi Pembelajaran, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,233.

b2= 0,428 Artinya jika terjadi setiap peningkatan yang terjadi pada Orientasi Pasar, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,428.

Pada persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar ditingkatkan maka Keunggulan Bersaing juga akan meningkat, ditingkatkan dalam arti apabila dalam indikator Orientasi Pembelajaran yaitu komitmen untuk pembelajaran,terbuka terhadap pemikiran-pemikiran baru, dan yang terakhir visi bersama oleh pelaku usaha Sentra Percetakan Pagarsih Bandung, maka Keunggulan Bersaing semakin tinggi.Dan begitu juga dengan Orientasi Pasar dengan indikator yaitu orienetasi pelanggan,orientasi pesaing,dan koordinasi antar fungsi semakin tinggi maka Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Percetakan Pagarsih pun semakin tinggi.

#### Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menyatakan besaran suatu pengaruh secara simultan yang dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar secara simultan dalam memberikan kontribusi terhadap keunggulan bersaing.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 <sup>a</sup>	,773	,757	,954180

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh R-square sebesar 0,773 atau 77,3%. Berdasarkan Nilai tersebut menunjukkan bahwa Orientasi

Pembelajaran dan Orientasi Pasar secara simultan dalam memberikan kontribusi terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 77,3%. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 77,3\% = 22,7\%$  lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan melihat besaran pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan menggunakan formula Beta x Zero Order. Beta adalah koefisien regresi yang distandarkan, sedangkan zero order adalah korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Diperoleh nilai beta dan zero order sebagai berikut dengan SPSS:

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

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Orientasi Pembelajaran	,286	,726
	Orientasi Pasar	,663	,853

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari perhitungandiatas, diketahui bahwa pengaruh variabel Orientasi Pembelajaran (X1) terhadap Keunggulan Bersaing didapatkan hasil sebesar 20,7% dan Orientasi Pasar (X2) memberikan kontribusi yaitu sebesar 56,5%. Sehingga disimpulkan variabel yang sangat dominan mempengaruhi Keunggulan Bersaing adalah Orientasi Pasar yaitu dengan besaran pengaruh yang diberikannya sebesar 56,5%.

### Pengujian Hipotesis

Selanjutnya pengujian hipotesis yang berguna untuk membuktikan apakah Orientasi Pembelajaran, dan Orientasi Pasar secara simultan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing menggunakan rumusan hipotesis sebagai berikut.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86,805	2	43,403	47,671	,000 <sup>b</sup>
	Residual	25,493	28	,910		
	Total	112,298	30			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran

Dapat dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar 47,671 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini dijadikan nilai statistik uji dan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $db1/df1$  (banyaknya variabel bebas):  $2 \text{ dan } db2: n-k-1(31-2-1)=28$  maka didapat nilai Ftabel sebesar 3,340. Karena Fhitung (47,671) lebih besar dibanding Ftabel (3,340) maka pada tingkat kekeliruan 5% ( $\alpha=0,05$ ) diputuskan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Yang berarti dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Percetakan Pagarsih Kota Bandung.

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Orientasi pembelajaran dan Orientasi pasar secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,848	1,062		1,739	,093
	Orientasi Pembelajaran	,233	,098	,286	2,374	,025
	Orientasi Pasar	,428	,078	,663	5,507	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Orientasi Pembelajaran berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (2,374) lebih besar dari t tabel (2,048) dan t hitung ada pada daerah penolakan  $H_0$ , sehingga  $H_0$  ditolak, dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Orientasi pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing tersebut pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung.

Dan Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dikarenakan nilai t-hitung (5,507) lebih besar dari t tabel (2,048) dan t hitung ada pada daerah penolakan  $H_0$ , sehingga  $H_0$  ditolak, dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya yaitu mengenai Pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih, maka peneliti dapat menyatakan beberapa kesimpulan yang mana sebagai berikut.

1. Orientasi pembelajaran di Sentra Percetakan Pagarsih Kota Bandung saat ini rata-rata masih tergolong dalam kategori Cukup Baik. Hal tersebut ditandai dengan tanggapan responden yang memberikan nilai tertinggi pada indikator komitmen untuk pembelajaran. Pelaku usaha sudah dapat mengikuti pelatihan untuk keterampilan karyawan dan sudah berusaha untuk menggali informasi terbaru mengenai usaha yang mereka jalankan.

2. Orientasi pasar pelaku usaha Sentra Percetakan Pagarsih Kota Bandung saat ini masih tergolong Cukup Baik. Hal tersebut ditandai dengan tanggapan responden yang memberikan nilai tertinggi pada indikator orientasi pelanggan. Yang berarti pelaku usaha sudah berusaha untuk memahami apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan sesuai dengan usaha yang mereka jalankan dan sudah berusaha untuk menciptakan produk agar sesuai dengan harapan pelanggan.

3. Keunggulan Bersaing pelaku usaha di Sentra Percetakan Pagarsih Kota Bandung saat ini masih tergolong Cukup Baik. Hal tersebut ditandai dengan tanggapan responden yang memberikan nilai

tertinggi pada indikator hubungan pelanggan. Yang berarti pelaku usaha selalu berupaya untuk mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan agar terciptanya loyalitas pelanggan terhadap perusahaannya.

4.a. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial mengenai Orientasi Pembelajaran pada Sentra Percetakan Pagarsih Kota Bandung terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Maka jika semakin baik proses dari Orientasi Pembelajaran maka Keunggulan Bersaing juga akan meningkat dan semakin baik.

b. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial mengenai Orientasi Pasar pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Jika semakin baik proses yang dilakukan dari Orientasi Pasar maka Keunggulan Bersaing pun akan meningkat dan semakin baik.

c. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan mengenai Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar pada sentra Industri Percetakan Kota Bandung terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Jika proses yang dilakukan pada Orientasi Pembelajaran Dan Orientasi Pasar semakin baik maka Keunggulan Bersaing pun akan semakin baik.

#### Saran

Berdasarkan penelitian diatas, penulis memberikan saran bagi Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung yang berguna untuk bahan pertimbangan perusahaan mengenai Orientasi Pembelajaran Dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing, yaitu sebagai berikut :

1. Pada Orientasi Pembelajaran sebaiknya para pelaku usaha di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung memberikan perhatian pada indikator visi bersama di dalam kegiatan perusahaan. Karena dengan kuatnya visi bersama antar anggota organisasi dapat menciptakan perusahaan yang hebat.

2. Pada Orientasi Pasar sebaiknya para pelaku usaha di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung lebih memaksimalkan proses pada indikator Koordinasi Antar Fungsi. Seperti memaksimalkan setiap proses manajemen pemasaran kepada konsumen. Agar konsumen mendapatkan informasi yang mudah terhadap usaha yang dijalankan.

3. Pada Keunggulan Bersaing sebaiknya para pelaku usaha di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Kota Bandung untuk memperhatikan indikator fleksibilitas pada perusahaan. Karena dengan beradaptasi dengan lingkungan yang ada saat ini perusahaan dapat memaksimalkan proses produksi agar menjadi lebih efektif dan efisien.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bagas Prakosa . 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing*. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO)* , Volume 2 (Nomor 1). pp. 35-57. ISSN 1693-8283
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*, Volume 1. PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Dewi Kania . 2017. *Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Jiwa Kewirausahaan Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung*. *JRAMI Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Indonesia* Vol, 11 No. 1 2017
- Raeni Dwi Santy. 2013. *The Influence Of Product Innovation And Market Orientation To Competitive Advantage (A Survey On Smes Batik Deden Tasikmalaya)*.  
\_\_\_\_\_. 2013. *Market Orientation And Product Innovation And The Effect On Competitive Advantage : (Survey On Angklung Craftsmen In Padasuka Bandung)*.  
\_\_\_\_\_. 2016. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Sentra Susu Lembang)*. *Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 2016 Vol 6. No. 2 (2016)
- Efi Oktawidiyanti Santosa, Imam Setyawan . 2014 . *Hubungan antara fleksibilitas kognitif dengan problem focused coping pada mahasiswa fast track universitas diponegoro* . vol 3, No 2 (2014)
- Gita Sugiyarti . 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)* . *Jurnal UNTAG : Semarang*
- Gurajati, Damodar. (2003). *Ekonomi Metrika Dasar*. Jakarta. Erlangga
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Hamed Gheysari, Amran Rasli, Parastoo Roghanian, Nadhirah Norhalim. 2012. *A Review On The Market Orientation Evolution*. Vol. 40
- Husein Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- J.E Sutanto 2009 . *Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Keuangan. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* . ISSN 1411-0393 Vol. 13 No. 4 Desember 2009
- J, Supranto. (2007). *Teknik Sampling untuk Survey & Eksperimen*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Lukman Hakim . 2011. *Pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Komitmen Terhadap Kinerja Madrasah Swasta. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Volume 19, Nomor 2, November 2011
- Mashuri. (2009) .*Penelitian Verifikatif*. Yogyakarta : Andi
- Meike Supranoto . 2009. *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar ,Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran ( Studi empiris pada: Industri Pakaiann Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang )*. Masters Thesis Universitas Diponegoro
- Mahmoud Abdulai Mahmoud. 2015. *Market Orientation, Learning Orientation And Business Performance (The Mediating Role Of Innovation)*. *International Journal of Bank Marketing* .Vol. 34 Issue: 5, pp.623-648
- Siti Hajar Dan I Putu Gde 2016 . *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran*. Vol. 5, No. 10, 2016: 6580-6609 ISSN : 2302-8912
- Sugiyono 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umi Narimawati . 2008 .*Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Teori Dan Aplikasi*. UNIKOM.
- \_\_\_\_\_, 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi : Genesis
- \_\_\_\_\_, 2011. *Penulisan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama
- William E. Baker & James M. Sinkula . 1999. *The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance*. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol. 27, P. 411- 427