

J A M – E K I S

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

Pelindung : Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)

Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB

Ketua Dewan Redaksi : Dr. Meilaty Finthariasari, M.M

Sekretaris Dewan Redaksi : Marini, S.E., M. EK

Dewan Redaksi :

1. Prof. Lizar Alfansi, Ph.D
2. Dr. Arfan Ikhsan
3. Karona Cahya Susena, S.E., M.M
4. Dr. Afi Parnawi
5. Dr. Willy Abdilla
6. Dr. Rumanintya Lisaria Putri, S.E., M.M
7. Dr. Mochammad Arif Budiman, S. Ag., M.E.I.,
CIRR., CIIQA
8. Dr. Sugiyanto. S.Sos. MM
9. Dr. Arfan Ikhsan, M.Si
10. Dr. Asep Risman
11. Dr. Nurlaila, S.E., MA., CMA
12. Dr. Fachruzzaman
13. Dr. Onsardi, M.M
14. Dr. Nizwan Zukri

Executive Editors : 1. Dr. Muhammad Kristiawan
2. Berto Usman, Ph.D

Dewan Editor : 1. Marliza Ade Fitri, S.E., M.M
2. Yulius Wahyu Setyadi, M.M
3. Diah Khoiriah, M.Acc
4. Tezar Arianto, M.M

Secretariat and Administration : 1. Ade Tiara, M.M
2. Merta Kusuma, M.M

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP
TERLETAK PADA PENULIS

ALAMAT REDAKSI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

DAFTAR ISI

ANALISIS KEDUDUKAN DAN FUNGSI SATUAN KERJA AUDIT INTERNAL DI PT. BRI SYARIAH TBK KANTOR CABANG JAMBI Abdul Ibrahim Lubis	136-141
ANALISIS VARIABEL FDR DAN BOPO DALAM MEMPENGARUHI HARGA SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA (Studi Pada Bank Tabungan dan Pensiunan Negara Syariah (BTPS) Periode 2016-2020) Elsi Fitriani Andang Sunarto Kustin Hartini	142-152
HUBUNGAN KOMPENSASI DENGAN KEPUASAN KERJA Achmad Syahlani Desy Setyorini ²	153-162
PENGARUH <i>SERVICE RECOVERY</i> DAN <i>RELATIONSHIP MARKETING</i> TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Enggano Department Store) Sri Ekowati Shella Agustina	163-173
HUBUNGAN ETOS KERJA DAN <i>REWARD</i> TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT FLEXTECH PACKAGING INDONESIA Mahfudoh Eri Fajar Nur Fadillah Noviyanti Wulandari Sitepu	174-183
PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi Kasus Pada Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu) Anggun Tarisa Adi Sismanto	184-190
PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS UKM BATIK DI KOTA JAMBI) Mardhiyah Dwi Ilhami Taufik Bustami Rama Akbar	191-204
PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN DUKUNGAN ORGANISASI PADA MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI MY TOURS AND TRAVEL Erlin Keniya Ardinaya Didik Subiyanto Epsilandri Septyarini	205-221
PENGARUH <i>SERVANT LEADERSHIP</i> DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI HOTEL SANTIKA BENGKULU Eti Arini Melinda Ramadani	222-233

PENGARUH SERVICE RECOVERY DAN BRAND IMAGE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PT. ASTRA INTERNASIONAL TBK. CABANG TANAH PATAH KOTA BENGKULU Reni Indriani Desi Fitria Hara Mona Liza	234-243
DETERMINAN MINAT NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BAITUL QIRADH BAITURRAHMAN BANDA ACEH Annisa Chairina Lasa Muhammad Haris Riyaldi Teuku Muhammad Syahrizal	244-256
ANALYSIS OF STRESS-TEST YOUR STRATEGY AND AMBIDEXTROUS STRATEGY FOR COUNTIONAL INNOVATION Mimi Kurnia Nengsih Meiffa Herfianti	257-264
ANALISIS KEBIJAKAN KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU TERHADAP PRIORITAS JAMA'AH HAJI LANSIA Resti Fitri Pratiwi Supardi Mursalim Idwal B	265-274
SISTEM PENGELOLAAN KEUANGAN MASJID BERDASARKAN INTERPRETASI STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN 35 (Studi pada Masjid Thoriqul Jannah Kota Jambi) Rifki Ikhwan Beid Fitrianova Andriani Achyat Budianto Mohammad Orinaldi	275-184
<i>ANALISIS KINERJA ORGANISASI DITINJAU DARI DIMENSI BUDAYA DAN KOMUNIKASI ORGANISASI</i> Kiemas Kurniawan Yanto Effendi	285-301

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA BISNIS
(Studi Kasus Pada Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota
Bengkulu)**

***THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION AND PRODUCT
INNOVATION ON BUSINESS PERFORMANCE
(Case Study on Banjar Toast Shop in Sawah Lebar, Bengkulu City)***

Anggun Tarisa¹, Adi Sismanto²

¹⁻²Universitas Muhammadiyah Bengkulu

anggunatarisa@gmail.com¹, adisismanto@umb.ac.id²

Jl. Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Corresponding email: adisismanto@umb.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 2 Juni 2022

Direvisi : 8 Juli 2022

Disetujui : 9 Juli 2022

Keywords:

*Market Orientation, Product
Innovation, Business
Performance*

Kata Kunci:

Orientasi Pasar, Inovasi Produk,
Kinerja Bisnis

ABSTRACT:

The purpose of this study was to determine the effect of market orientation and product innovation on business performance at Banjar Toast Shop in Sawah Lebar, Bengkulu. This study used survey research methods with quantitative data analysis. The population in this study were consumers at Banjar Toast Shop in Sawah Lebar, Bengkulu and the sampling used a total sampling method, amounting to 100 people. Based on the results of multiple linear regression, the regression equation is $Y = 0.754 + 0.779 (X_1) + 0.265 (X_2)$. Research results and hypotheses indicate that market orientation (X_1) has a significant effect on business performance namely $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($11.266 > 1.984$) dan ($sig \alpha = 0,000 < 0,050$), Product innovation (X_2) has a significant effect on business performance namely $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3.680 > 1.984$) dan ($sig \alpha = 0,000 < 0,050$). Simultaneously have a significant effect on business performance. Partially, both market orientation and product innovation variables have a significant effect on business performance namely $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($192.273 > 2.102$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0,050$).

ABSTRAK:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja usaha pada Toko Roti Banjar Sawah Lebar Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode

penelitian survei dengan analisis data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Roti Banjar Sawah Lebar Bengkulu dan pengambilan sampel menggunakan metode total sampling yang berjumlah 100 orang. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi adalah $Y = 0,754 + 0,779 (X_1) + 0,265 (X_2)$. Hasil penelitian dan hipotesis menunjukkan bahwa orientasi pasar (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis yaitu $t_{hit} > t_{(\alpha/2)}$ ($11,266 > 1,984$) dan ($sig = 0,000 < 0,050$), Inovasi produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis yaitu $t_{hit} > t_{(\alpha/2)}$ ($3,680 > 1,984$) dan ($sig = 0,000 < 0,050$). Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Secara parsial variabel orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($192,273 > 2,102$) dan ($sig = 0,000 < 0,050$).

PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi ini semakin tinggi, salah satunya dipicu oleh perkembangan teknologi yang pesat. Persaingan yang ketat dalam bisnis mengakibatkan perusahaan dituntut untuk lebih inovatif, mengerti serta memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang sekarang ini dibutuhkan oleh konsumen. Pelaku usaha juga perlu mengetahui perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Adanya tekanan bisnis dari pesaing yang kuat, secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja bisnis.

Menurut Satwika & Dewi (2018)) kinerja bisnis merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Menurut (Hartini, 2012) kinerja bisnis diukur dari profitabilitas dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan peneliti memilih definisi menurut (Suryana, 2006) variable kinerja bisnis bahwa kinerja menganjurkan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar sebagai pengukuran kinerja penting.

Orientasi pasar (*Market Orientation*) menurut Sosio Humaniora (2012) merupakan perspektif organisasional yang mendorong tiga aspek utama yakni: (1) upaya pengumpulan intelegensi pasar secara sistematis dengan sumber utama pelanggan dan pesaing, (2) penyebaran intelegensi pasar kepada semua unit atau departemen dalam organisasi dan (3). Respon organisasi terkoordinasi dan menyeluruh terhadap intelegensi pasar. Sedangkan Orientasi pasar oleh (Rosnawintang et al., 2012) bahwa ukuran orientasi dapat diukur dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi.

Beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan peneliti memilih definisi menurut (Rosnawintang et al., 2012) bahwa ukuran orientasi dapat diukur dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi. Dikarenakan definisi tersebut mengandung indikator yang sesuai dengan objek penelitian.

Inovasi produk menurut (Kotler, 2014) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. (Charles et al., 2002) menyatakan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan membeli konsumen. Dari pemikiran di atas dengan adanya inovasi produk yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat meningkatkan keputusan membeli (Finthariasari & Zetira, 2022; Kusuma et al., 2021; Oktarini et al., 2022).

Di Kota Bengkulu mulai banyak orang mengusahakan membuat roti dan membuka toko roti. Salah satunya pada Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu. Roti merupakan produk *bakery* yang paling dikenal oleh masyarakat saat ini sehingga salah satu kebiasaan baru yang muncul di masyarakat adalah mengkonsumsi roti sebagai alternatif menu sarapan yang praktis dan sehat, serta dapat menggantikan fungsi nasi yang selama ini lebih dikenal sebagai sumber karbohidrat utama (PT Nestle Indonesia, 2020; (Prastowo, 2019)). Kebiasaan baru ini berdampak pada kenaikan konsumsi roti yang mana berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh kementerian perindustrian diketahui bahwa tingkat konsumsi roti meningkat sebesar 500% selama 5 tahun terakhir (2013-2017) (Ayu, 2019).

Persaingan terhadap Toko Roti di Bengkulu terjadi antar kompetitor yang sudah ada, belum lagi ditambah dengan semakin banyaknya pemain baru yang berkecimpung di usaha Roti membuat Toko Roti Panggang Banjar perlu kian keras berusaha agar usahanya dapat tetap bertahan dan mengalami pertumbuhan usaha di tengah ketatnya persaingan yang ada. Maka penelitian ini ditekankan pada pengusaha Toko Roti Panggang Banjar di Kota Bengkulu yang mengalami permasalahan penjualan yang tidak stabil pada setiap bulannya.

Dari survei awal pada Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu ini, mereka cenderung kurang mengamati pesaingnya dan kurang mengikuti perkembangan pasar. Hal ini seperti strategi dalam meningkatkan pelanggan maupun inovasi produk pada Toko Roti tersebut kebanyakan sama dengan yang lainnya sehingga tidak mempunyai keoriginalitas tersendiri serta inovasi dalam produk tersebut seperti dari varian rasa dan bentuk masih sangat sedikit dan kurang mengamati para pesaing dan mengikuti perkembangan pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu dan penelitian akan dilaksanakan pada tanggal 1 Januari - 10 Januari 2021. Populasi dan sampel merupakan keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi adalah sejumlah individu yang paling sedikit mempunyai sifat atau kepentingan yang sama. Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang

menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah tenaga kerja yang berjumlah 100 orang pada Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi menurut saran Roscoe dalam (Sugiyono, 2012) maka peneliti memutuskan total sampel penelitian ini yang sesungguhnya adalah 100 konsumen Toko Roti Panggang Banjaryang berada di Sawah Lebar Kota Bengkulu.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian secara observasi, wawancara dan kuesioner. Serta untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang pengaruh antar variabel yang ada maka digunakan analisis data, dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi berganda, dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis regresi linier berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (orientasi pasar dan Inovasi produk) terhadap kinerja bisnis pada Toko Roti Panggang Bajar Sawah Lebar Kota Bengkulu. Hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.754 + 0.779 (X_1) + 0.265 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Nilai Konstanta 0.754 mempunyai arti bahwa apabila variabel Orientasi Pasar (X_1), Inovasi Produk (X_2) terhadap Kinerja Bisnis(Y) sama dengan nol, maka variabel Kinerja Bisnis akan tetap yaitu 0.754 apabila variabel Orientasi Pasar (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0.779 mempunyai makna jika nilai variabel Orientasi Pasar (X_1) naik satu satuan maka nilai Kinerja Bisnis(Y) akan naik sebesar 0.779 dengan asumsi variabel Inovasi Produk (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0.265 mempunyai makna jika nilai variabel Inovasi Produk (X_2) naik satu satuan maka nilai variabel Kinerja Bisnis (Y) akan naik sebesar 0.265 dengan asumsi variabel Orientasi Pasar (X_1) dianggap tetap.
4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Kinerja Bisnis (Y) adalah (X_2), Variabel Orientasi Pasar (X_1) adalah sebesar 0.779 dan Variabel Inovasi Produk (X_2) adalah sebesar 0.265.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesoner terhadap 100 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu.

1. Pengaruh Orientasi Pasar (X_1) terhadap Kinerja Bisnis (Y)

Peranan dalam penelitian yang dilakukan terhadap Orientasi Pasar adalah terdapat

pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis, hal ini dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa Orientasi Pasar sangat mendukung dalam peningkatan loyalitas bagi karyawan terutama dalam hal peningkatan Inovasi Produk, fasilitas kerja, alat dalam bekerja, lingkungan yang nyaman dalam bekerja dan didukung dengan peningkatan peranan karyawan dalam meningkatkan loyalitas bagi karyawan Toko Roti Panggang Banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu.

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Satwika & Dewi, 2018) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar serta Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Bisnis pada Industri Furniture di Kabupaten Gianyar”. Hasil penelitian tersebut mendukung bahwa seluruh hipotesis mengindikasikan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, begitu pula dengan inovasi berpengaruh positif dan signifikan yaitu terhadap keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, begitu pula dengan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

2. Pengaruh Inovasi Produk (X₂) Terhadap Kinerja Bisnis (Y)

Peningkatan peranan Orientasi Pasar di iringi dengan peningkatan peranan non fisik hal ini terbukti dari hasil penelitian bahwa pengaruh Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis hal ini berhubungan dengan Kinerja Bisnis yang secara tidak langsung oleh pimpinan dalam hal pemberian Inovasi Produk dan dorongan guna mengurangi Kinerja Bisnis, arahan yang baik dari pimpinan serta peningkatan seperti gaji, insentif dan sebagainya yang berhubungan dengan peningkatan loyalitas bagi karyawan Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu.

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Andiyanto & Sufian, 2017) yang berjudul “Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus”. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar dan inovasi yang berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu juga perlu didukung dengan mengumpulkan informasi ini mengenai tentang kebutuhan pasar, mengutamakan kepuasan pelanggan dan mencari informasi yang mengenai strategi yang dilakukan pesaing.

3. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja Bisnis

Orientasi Pasar (X₁) dan Inovasi Produk (X₂) memiliki pengaruh terhadap Kinerja Bisnis(Y), hal ini terlihat pada uji F yang menyatakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu yaitu (192.273 > 2.102) dan (sig $\alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima artinya secara bersamaan variabel Orientasi Pasar (X₁) dan Inovasi Produk (X₂) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis(Y) di Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu.

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Motivasi dan disiplin kerja berpengaruh terhadap loyalitas hal ini ditunjukkan dari Koefisien Korelasi dan Determinasi bahwa penelitian ini mempunyai nilai pengaruh sebesar $R = 0.894$ dan determinasi sebesar $R^2 = 0.799$ dimana penelitian ini ada variabel yang tidak diteliti adalah sebesar 0.310 atau 31%.

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Maman, 2018) yang berjudul “Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis pada Sentra Industri Tahu Kota Banjar”. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa secara parsial adanya orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu, Orientasi Pasar (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Bisnis (Y) pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu
2. Berdasarkan uji koefisien korelasi didapat nilai $R = 0,894$ dan koefisien determinasi $R^2 = 0,799$ nilai mempunyai makna bahwa Orientasi Pasar (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 0,799 atau 57.2% terhadap Kinerja Bisnis (Y) pada Toko Roti Panggang banjar di Sawah Lebar Kota Bengkulu sedangkan sisanya sebesar 0.428 atau 42.8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Andiyanto, F., & Sufian, M. S. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–20.
- Ayu, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Sistem E-Filing, Tingkat Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Ilir Barat)*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Charles, N. H., Sinha, R. K., & Kumar Ajith. (2002). Market Orientation and Alternative Strategic Orientation: A Longitudinal Assessment of Performance Implications. *Journal of Marketing*, 66, 25–39.
- Ferdinand. (2004). *Strategi Selling-In Management: Sebuah Pendekatan Pemodelan Strategi*. Research Paper Series.
- Finthariasari, M., & Zetira, A. M. (2022). Purchase Intention: Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(1).
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 63–90.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Prenhalindo.

- Kusuma, M., Arianto, T., & Finthariasari, M. (2021). Analisis Pengaruh Minat dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Dimediasi Variabel Pekerjaan Yang Diharapkan. *Jurnal Manajerial*, 8(3).
- Maman, S. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Tahu di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *JLABI*, 2(1).
- Naver, J.C., & Slater, S. F. (1990). The Effect Of Market Orientation On Business Profitability. *Journal of Marketing*, 20–35.
- Oktarini, D., Finthariasari, M., Nuari, T. N. V., Marta, F. R., & Yami, F. M. (2022). Strategi Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mebel Sederhana. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 1(1).
- Prastowo, A. (2019). *Analisis Pembelajaran Tematik/Terpadu*. Prenada Media Group.
- Rosnawintang, S., U, A., & Rahayu, M. (2012). Orientasi Pasar Memoderasi Dinamika Lingkungan pada Efek Strategi Bersaing terhadap Kinerja (Studi Pada Industri Kecil Menengah Tenun di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(3), 459–471.
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1481–1509. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p013> ISSN
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.