

# SOETOMO BUSINESS REVIEW

Volume 3

Edisi 3

Page 481-488

## Pengaruh Orientasi Pasar, Lingkungan Bisnis Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya

Yudi Eko Prasetyo<sup>1)</sup>, Susanto S<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo

Jalan Semolowawu no 84 Surabaya, Indonesia

Email: <sup>1</sup> [yudi\\_eko\\_prasetyo@yahoo.com](mailto:yudi_eko_prasetyo@yahoo.com), <sup>2</sup> [jfx.susanto@unitomo.ac.id](mailto:jfx.susanto@unitomo.ac.id)

---

**Abstract** Marketing performance is a measure of a company's success which is measured over a predetermined time period. The purpose of this research is to analyze the influence of market orientation, business environment, and organizational culture on marketing performance through innovation development. This type of research is an associative survey. The sample in this study were 112 employees of Bank Jatim Surabaya Main Branch using census sampling technique. The analysis technique in this research is using AMOS analysis. The findings in this study prove that market orientation, business environment, and organizational culture have a significant effect on innovation development. The findings also prove that market orientation, business environment, organizational culture, and innovation development have a significant effect on marketing performance.

**Keywords:** Market Orientation, Business Environment, Organizational Culture, Innovation Development, Marketing Performance

**Abstrak** Kinerja Pemasaran merupakan ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada jangka waktu yang telah ditentukan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, lingkungan bisnis, dan budaya organisasi terhadap kinerja pemasaran melalui pengembangan inovasi. Jenis penelitian yang ini adalah survey yang bersifat asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah Pegawai Bank Jatim Cabang Utama Surabaya sebanyak 112 pegawai dengan menggunakan teknik sensus sampling. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis AMOS. Hasil temuan dalam penelitian ini dibuktikan bahwa orientasi pasar, lingkungan bisnis, dan budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap pengembangan inovasi. Hasil temuan juga dibuktikan bahwa orientasi pasar, lingkungan bisnis, budaya organisasi, dan pengembangan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

**Keywords:** Orientasi Pasar, Lingkungan Bisnis, Budaya Organisasi, Pengembangan Inovasi, Kinerja Pemasaran

## PENDAHULUAN

Perekonomian yang semakin terbuka membuat kompetensi semakin ketat, tidak terkecuali di sektor perbankan. Bank Umum merupakan bank dengan kegiatan usaha yang dilakukannya secara konvensional dan atau dengan prinsip Syariah yang kegiatannya meliputi pemberian jasa sebagai lalu lintas pembayaran sehingga menuntut Bank untuk melakukan inovasi dalam dunia perkembangan teknologi yang semakin pesat. Kinerja Pemasaran merupakan ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada jangka waktu yang telah ditentukan. Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan. Kinerja pemasaran dapat juga dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai untuk suatu produk yang dihasilkan perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis merupakan hal yang tak dapat dihindari oleh perusahaan sehingga perusahaan dituntut untuk dapat memahami dan mengerti dinamika atau perubahan yang terjadi dipasar khususnya yang terkait dengan langkah-langkah inovasi yang harus dilakukan agar dapat menjawab dinamika pasar dan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dalam upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan (Pattipeilohy, 2018).

Bersikap selalu inovatif dan adaptif dalam bekerja khususnya terutama pada penyelesaian masalah yang timbul di masa pandemi ini. Tujuannya, agar perusahaan tetap berinovasi dalam menghasilkan dan dapat mendistribusikan produk serta menata tatanan dalam berorganisasi. Bank Jatim merupakan salah satu Bank Pembangunan Daerah di Jawa Timur yang saat ini sedang melakukan pengembangan inovasi untuk mendukung bisnis dalam perkembangan Teknologi Informasi yang sangat cepat.

## METODE PENELITIAN

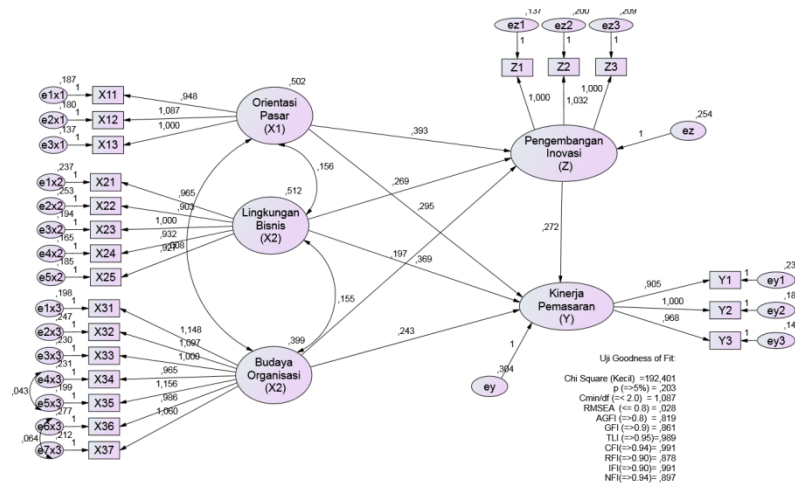
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian survey yang bersifat asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Bank Jatim Cabang Utama Surabaya sebanyak 451 orang karyawan. Sementara itu sesuai dengan alat analisis yang akan digunakan yaitu Structural Equation Modelling (SEM), menurut Hair *et al* (2013) jumlah sampel yang representative adalah tergantung pada jumlah indikator dikalikan lima. Dengan demikian perhitungan jumlah sampel minimum sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel minimum} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \dots\dots\dots (1) \\ &= 21 \times 5 \\ &= 105 \text{ Responden} \rightarrow (\text{Syarat minimal}) \end{aligned}$$

Sedangkan ukuran sampel yang sesuai untuk SEM, menurut Hair *et al* (2013) adalah 100 sampai dengan 200 sampel. Atas dasar data tersebut diatas maka jumlah populasi yang diambil atas dasar sensus sebanyak 112 pegawai yang di tempatkan pada cabang, cabang pembantu dan kantor kas dari Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung kepada obyek yang diteliti dan dengan melakukan penyebaran angket. Menurut Sugiyono (2016: 193), angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik analisis yang dipilih untuk menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan program AMOS (*Analysis of Moment Structures*).

## PEMBAHASAN Persamaan Struktural



**Gambar 5.4 Diagram Model Unstandardized**

Persamaan struktural merupakan fungsi atau model hubungan kausalitas antara variabel-variabel yang diteliti dan dihipotesiskan. Penelitian ini menunjukkan terdapat dua variabel Dependen dan Independen variabel Independen. Hasil analisis SEM dengan AMOS di dapatkan dua persamaan penelitian tersebut yaitu:

$$Z = 0,393 X1 + 0,269 X2 + 0,197 X3 + e$$

$$Y = 0,272 Z + 0,295 X1 + 0,369 X2 + 0,243 X3 + e$$

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Pengaruh Langsung

Dalam pengujian hipotesis dilakukan pengujian terhadap koefisien-koefisien persamaan struktural dengan menspesifikasi tingkat signifikansi tertentu. Dalam penelitian ini digunakan  $P = 0,05$ , sehingga *critical ratio* dari persamaan struktural harus  $\geq 1,97$ . Hasil Pengujian Hipotesis adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**

#### Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keputusan
Z <--- X1	0,393	0,090	4,358	0,000	Signifikan
Z <--- X2	0,269	0,093	2,893	0,004	Signifikan
Z <--- X3	0,197	0,098	2,006	0,045	Signifikan
Y <--- X1	0,295	0,111	2,655	0,008	Signifikan
Y <--- X2	0,369	0,109	3,387	0,000	Signifikan
Y <--- X3	0,243	0,111	2,187	0,029	Signifikan
Y <--- Z	0,272	0,134	2,039	0,041	Signifikan

(1) Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Pengembangan Inovasi

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 4,358 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti pengembangan inovasi yang baik dapat dipengaruhi oleh adanya orientasi pasar yang baik. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang berbunyi "Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap pengembangan inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Hasil pengujian yang telah dilakukan dinyatakan bahwa hipotesis pertama dinyatakan diterima. Orientasi pasar mampu mempengaruhi pengembangan inovasi dengan arah positif, sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik perilaku perusahaan dalam orientasi pasar maka akan semakin mendorong adanya pengembangan inovasi yang semakin tinggi. Hasil temuan dalam penelitian ini mendukung temuan Gradistya dan Farida (2016), Dewi dan Haryanto (2016), R. Mohammad Fajri Abdillah (2016) yang menemukan dalam penelitiannya bahwa orientasi pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap inovasi.

(2) Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Pengembangan Inovasi

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Lingkungan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 2,893 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti pengembangan inovasi yang baik dapat dipengaruhi oleh adanya lingkungan bisnis yang memadai. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini yang berbunyi "Lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap pengembangan inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Hasil ini dapat diartikan bahwa lingkungan bisnis yang memadai dan baik akan mampu mempengaruhi adanya pengembangan inovasi yang semakin baik. Hasil temuan pada penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Abdillah (2016) yang menyatakan bahwa lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap pengembangan inovasi. Namun temuan dalam penelitian ini bertolak belakang dengan temuan Dewi dan Haryanto (2016) yang membuktikan dalam penelitiannya bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap inovasi.

(3) Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Pengembangan Inovasi

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 2,006 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti pengembangan inovasi yang baik dapat dipengaruhi oleh adanya budaya organisasi yang terstruktur. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang berbunyi "Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap pengembangan inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Hasil ini dapat diartikan bahwa budaya organisasi yang semakin baik yang diterapkan oleh perusahaan akan dapat memicu adanya pengembangan inovasi yang semakin baik. Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan dengan temuan penelitian yang

dilakukan oleh Abdillah (2016) dimana dalam penelitiannya dibuktikan bahwa Budaya Organisasi tidak berpengaruh terhadap Inovasi.

(4) Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 2,655 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti kinerja pemasaran yang tinggi dapat dipengaruhi oleh tingkat orientasi pasar yang baik. Dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini yang berbunyi "Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Hal ini dapat diartikan bahwa orientasi perusahaan pada pasar yang semakin baik maka akan semakin meningkatkan kinerja pemasaran. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan Lopian dkk (2016) dan Methasari dkk (2018) yang membuktikan dalam penelitiannya bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Namun temuan ini bertolak belakang dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Abdillah (2016) yang menemukan dalam penelitiannya bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

(5) Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Lingkungan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 3,387 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti kinerja pemasaran yang tinggi dapat dipengaruhi oleh tingkat lingkungan bisnis yang baik. Dengan demikian hipotesis kelima dalam penelitian ini yang berbunyi "Lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Hal ini dapat diartikan bahwa lingkungan bisnis mampu mempengaruhi kinerja pemasaran dengan arah positif. Arah positif yang terjadi ini dapat diartikan bahwa lingkungan bisnis yang semakin baik dalam lingkungan organisasi maka akan semakin meningkatkan kinerja pemasaran secara signifikan. Hasil dalam penelitian ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Abdillah (2016) dan Dewi dan Haryanto (2016) yang membuktikan bahwa lingkungan bisnis berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

(6) Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 2,187 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti kinerja pemasaran yang tinggi dapat dipengaruhi oleh tingkat budaya organisasi yang baik. Dengan demikian hipotesis keenam dalam penelitian ini yang berbunyi "Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Arah pengaruh yang terjadi adalah positif sehingga semakin baik budaya yang diterapkan maka akan semakin mendorong kinerja pemasaran yang semakin meningkat. Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Abdillah (2016) dimana dalam penelitiannya dibuktikan bahwa budaya organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

(7) Pengaruh Pengembangan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, karena nilai C.R sebesar 2,039 yang berarti lebih besar dari 1,96, yang berarti kinerja pemasaran yang tinggi dapat dipengaruhi oleh adanya inovasi yang diberikan. Dengan demikian hipotesis ketujuh dalam penelitian ini yang berbunyi "Inovasi

berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", dinyatakan diterima.

Pengembangan inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran secara signifikan dengan arah pengaruh yang positif. Pengaruh positif ini berarti semakin baik pengembangan inovasi yang dilakukan maka akan semakin meningkatkan kinerja pemasaran. Temuan ini senada dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Gradistya dan Farida (2016) dan Lopian dkk (2016) yang membuktikan dalam penelitiannya bahwa Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Namun temuan ini bertolak belakang dengan temuan Abdillah (2016) dan Rediyono (2013) yang membuktikan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

## 2. Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian hipotesis tidak langsung dilakukan dengan cara membandingkan nilai *standardized direct effects* dan *standardized indirect effects*. Adapun hasil pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini terlihat pada tabel dibawah berikut.

Tabel 2

Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung Hipotesis Penelitian

Jalur	<i>Standardized Direct Effect</i>	<i>Standardized Indirect Effects</i>
Orientasi Pasar X <sub>1</sub> → Kinerja Pemasaran Y	0.563	0.095
Lingkungan Bisnis X <sub>2</sub> → Kinerja Pemasaran Y	0.332	0.066
Budaya Organisasi → Kinerja Pemasaran Y	0.193	0.043

- (1) Nilai *standardized direct effects* Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran adalah sebesar 0,563 sedangkan nilai *standardized indirect effects* adalah sebesar 0,095 dimana nilai ini adalah lebih kecil dibandingkan dengan nilai *standardized direct effects* sehingga dapat diartikan bahwa Pengembangan Inovasi tidak memediasi pengaruh antara Orientasi Pasar dengan Kinerja Pemasaran.
- (2) Nilai *standardized direct effects* Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja Pemasaran adalah sebesar 0,332 sedangkan nilai *standardized indirect effects* adalah sebesar 0,066 dimana nilai ini adalah lebih kecil dibandingkan dengan nilai *standardized direct effects* sehingga dapat diartikan bahwa Pengembangan Inovasi tidak memediasi pengaruh antara Lingkungan Bisnis dengan Kinerja Pemasaran.
- (3) Nilai *standardized direct effects* Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pemasaran adalah sebesar 0,193 sedangkan nilai *standardized indirect effects* adalah sebesar 0,043 dimana nilai ini adalah lebih kecil dibandingkan dengan nilai *standardized direct effects* sehingga dapat diartikan bahwa Pengembangan Inovasi tidak memediasi pengaruh antara Budaya Organisasi dengan Kinerja Pemasaran.

**PENUTUP**

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: (1) Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (2) Lingkungan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (3) Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Inovasi pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (4) Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (5) Lingkungan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (6) Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (7)

Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (8) Pengembangan inovasi tidak memediasi pengaruh orientasi pasar, lingkungan bisnis, dan budaya organisasi terhadap kinerja pemasaran pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. (9) Gap pada penelitian dapat terjadi melihat dari sektor usaha yang dilakukan dan wilayah kerja yang menjadi cakupan lingkungan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

Ferdinand, Augusty., (2000). "Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategy". Research Paper Serie. No. 01 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro (Maret).

Ferdinand, Augusty, 1999. "Strategic Toward Sustainable Competitive Advantage, Unpublished DBA Thesis, Souththerm Cross, Lismore, Australia.

Firman Agung Pristiwantoro (2003). "Analisis variable variable yang mempengaruhi pengembangan inovasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Studi pada Bank Mandiri di Jawa Tengah)". Thesis MM Universitas Diponegoro, tidak dipublikasikan, Semarang.

Ghozali, I. & Fuad.(2008). Structural Equation Modeling. Semarang: Universitas Diponegoro.

Giska Ova Gradistya, Naili Farida (2016). "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Batik di Jawa Tengah)". Universitas Diponegoro.

Hair et al. (2010). Multivariate Data Analysis, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.

Han, Jin K., Namwoon Kim & Rajendra K. Srivastava, 1998. "Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link?". Journal Of Marketing, Vol 62 (October).

Heri Setiawan (2013). "Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang)". Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.11 No.3 September 2013.

Melanny Methasari, Gogi Kurniawan dan A. Rochim Sidik (2018). "Analisis Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Di Kabupaten Madiun". Jurnal Dinamika Governance FISIP UPN "Veteran" Jatim Volume 8 Nomor 2 Oktober tahun 2018.

Melanie V. A. Karinda, Lisbeth Mananeke, Ferdy Roring (2018). "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome PT.Telkom Area Tomohon". Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.

Lapian, Agnes Adelina., Massie, James., Ogi, Imelda (2016). "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi produk Terhadap Kinerja Pemasaranpada PT. BPR Prisma Dana Amurang". Vol. 30 No. 2 Juli 2015, 30(2), 161–177.

Pattipeilohy, S. Y. E., dan Y. Wijaya. 2018. "Kajian Teologi Moral Terhadap Fashion sebagai Isu Budaya Populer". Kawistara, 8, (1) : 91-103.

Robbins,Stephen P. and Coulter,Mary. (2010). Managemen Edisi Kesepuluh. Jakarta. Erlangga.

Robbins,Stephen P. and Coulter,Mary. (2012). Management. New Jersey: Pearson Education, Inc.

R. Mohammad Fajri Abdillah (2016). "Analisis Orientasi Pasar, Lingkungan Bisnis Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. Studi Empiris pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Bidang Kuliner Rumah Makan Padang di Jakarta Selatan Yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta". Perbanas.

Rediyono, Ujianto (2013). "Pengaruh Inovasi, Budaya Organisasi dan Teamwork Terhadap Kinerja Manajerial Serta Implikasinya Pada Kinerja Bank Perkreditan Rakyat di Provinsi Kalimantan Timur". DIE, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen April 2013, Vol. 9 No.2. Hal. 103 – 119.

Septiana Novita Dewi, Aris Tri Haryanto (2016). "Pengaruh Ketidak Pastian Lingkungan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Inovasi Sebagai Varibel Mediator (Studi Pada

Bank Perkreditan Rakyat Di Solo Raya)". Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi STIE AUB Surakarta, Volume 11, No 2, September 2016.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sukesi (2020). "Riset Pemasaran (disertai contoh-contoh dan studi kasus)". Surabaya. Unitomo Press.

Wahyono, (2002), "Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume I, No. 1, Mei 2002.