

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiodun, Tope, S., & Kida, M. I. (2015). The impact of strategic learning orientation, entrepreneurial orientation and reconfiguring capabilities on export performance of SMEs in Nigeria. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(10), 70–78. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849>.
- Abdolmaleki, K., & Ahmadian, S. (2016). The Relationship between Product Characteristics, Customer and Supplier Involvement and New Product Development. *Procedia Economics and Finance*, 36(16), 147–156. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30026-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30026-0).
- Adeniran, Tejumade V. & Johnston, Kevin A. March 2012. Investigating the dynamic capabilities and competitive advantage of South African SMEs. *African Journal of Business Management* Vol. 6(11), pp. 4088-4099.
- Adeniran, Tejumade V. & Johnston, Kevin A. 2012. “Investigating the Dynamic Capabilities and Competitive Advantage of South African SMEs.” *African Journal of Business Management* 6(11): 4088–99.
- Agustina, Titien, Wida Gerhana, and , Sulaiman. 2020. “The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship under Foster Group of the Banjarmasin Regional Government).” *Journal of Wetlands Environmental Management*.
- Artarina, Dewi & Samoedra, Asri, (2019). *Pengaruh Pembelajaran Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Terhadap Kinerja UMKM : Studi pada UMKM Jasa Boga di Kota Bandung*. S3 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Agustina, Titien, Wida Gerhana, and , Sulaiman. 2020. “The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship under Foster Group of the Banjarmasin Regional Government).” *Journal of Wetlands Environmental Management*.
- Alpkan, L. ütfiha., anal, M., & Ayden, Y. ükse. (2012). Market Orientation, Ambidexterity and Performance Outcomes. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41, 461–468. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.04.056>.
- Altindag, E. Zehir, C. & Acar, A.Z. (2010). Strategic Orientations and Their Effects on Firm Performance in Turkish Family Owned Firms, *Journal Eurasian Business Review*, Vol. 1, p. 18-36.
- Aloulou, W. J. (2019). Impacts of strategic orientations on new product development and firm performances: Insights from Saudi industrial firms. *European Journal of Innovation Management*, 22(2), 257–280. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2018-0092>.

- Ahmed, Pervaiz K, & Shepherd, Charles D. (2010). *Innovation Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Altindag, E. Zehir, C. & Acar, A.Z. (2010). Strategic Orientations and Their Effects on Firm Performance in Turkish Family Owned Firms, *Journal Eurasian Business Review*, Vol. 1. p. 18-36.
- Aragon-Sanchez, Antonio dan Gregorio Sanchez-Marin. 2005. Strategic Orientation, Management Characteristic, and Performance: A Study of Spanish SMEs. *Journal of Business Management* 43(3); pp. 287-308
- Byars dan Rue, (1997). *Human Resource Management*. 5th Edition. Chicag: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Bappenas. (2019). "Rancangan Teknokratik Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020 - 2024 : Indonesia Berpenghasilan Menengah - Tinggi Yang Sejahtera, Adil, Dan Berkesinambungan." *Kementerian PPN/ Bappenas*.
- Barat, Nusa Tenggara, and Province I N Figures. 2020. "Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Angka."
- Barney, Jay, Mike Wright, and David J. Ketchen. 2001. "The Resource-Based View of the Firm: Ten Years after 1991." *Journal of Management* 27(6): 625–41.
- Batra, S., Sharma, S., Dixit, M.R., Vohra, N. and Gupta, V.K. 2015. "Performance Implications of Industry Appropriability for Manufacturing SMEs: The Role of Technology Orientation." *Journal of Manufacturing Technology Management* Vol. 26(No.5): 660–77.
- Barney, J.1991.Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 99 – 120.
- Baker, W.E. & Sinkula, J.M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses, *Journal of Small Business Management*, Vol. 47. p. 443-464
- Bereket Mamo Buli. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: evidence from Ethiopian enterprises Bereket. *Management Research Review*, 40(3).
- Boso, N., Cadogan, J. W., & Story, V. M. (2013). Entrepreneurial orientation and market orientation as drivers of product innovation success: A study of exporters from a developing economy. *International Small Business Journal*, 31(1), 57–81. <https://doi.org/10.1177/0266242611400469>.
- Brownhilder Ngek Neneh. (2017). Article information : Customer orientation and SME performance: the role of networking ties. *African Journal of Economic and Management Studies*.

- Cheng, M., Lin, J., Hsiao, T., and Lin, T. W. (2010). Invested Resource, Competitive Intellectual Capital, and Corporate Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 11(4), 433-450.
- Chatzoglou, Prodromos, Dimitrios Chatzoudes, Lazaros Sarigiannidis, and Georgios Theriou. 2018. "The Role of Firm-Specific Factors in the Strategy-Performance Relationship: Revisiting the Resource-Based View of the Firm and the VRIO Framework." *Management Research Review*.
- Choi, Sangmi. (2014). Learning orientation and market orientation as catalysts for innovation in nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(2), 393–413.
- Chen Ho Chao, M., & Spillan, J. E. (2010). The journey from market orientation to firm performance: A comparative study of US and Taiwanese SMEs. *Management Research Review*, 33(5), 472–483. <https://doi.org/10.1108/01409171011041901>
- Ching-Huai Peng, D. T. K. C. L. (2008). The innovativeness effect of market orientation and learning orientation on business performance, *International Journal of Manpower*, Vol. 29 Issue: 8, pp.752-772. *Ship Technology Research*, 55(4), 186–192. <https://doi.org/10.1179/str.2008.55.4.007>.
- Chin, W.C. dan Todd, Peter.A. 1995. On the Use, Usefulness and Ease of Use of Structural Equation Modelling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, Vol. 19 No. 2, pp. 237-46.
- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Fernández-Escobedo, R. (2019). *Effects of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: The Mediating Role of Customer Satisfaction—A Formative–Reflective Model Analysis*. *SAGE Open*, 9(2), 215824401985908. doi:10.1177/2158244019859088.
- Child, J. (1972). Organizational structure, environment and performance: The role of strategic choice. *Sociology*, 6: 1-22.
- Covin, J. G., Slevin, D. P.,(1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 16(1): 7-24.
- Dess, G.G. & Lumpkin, G.T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in Stimulating effective corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19 (1): 147-156
- Daghfous, N., Petrof, J., & Pons, F. 1999. Value and Adoption of Innovations: A Cross–Cultural Study. *The Journal Consumer Marketing*, 16 (4): 314–331.
- Darroch, J. (2005). Knowledge Management, Innovation and Firms Performance, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 9, p. 101-115
- Davis B Gordon ,1993, *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian I*, Jakarta; Pustaka Binaman Presindo

- Dholakia, N. 2009. 'Global E-Organization', in G. Salvendy and W. Karwowski (eds) Introduction to Service Engineering, New York: Wiley (forthcoming).
- Drnevich, Paul L. and Croson, David C. 2013. Information technology and business-level Strategy: toward an integrated Theoretical perspective. *MIS Quarterly Vol. 37 No. 2*, pp. 483-509
- Dowling, Michael J., and Jeffrey E. McGee. 1994. Business and technology strategies and new venture performance: a study of the telecommunication equipment industry. *Management Science*, Vol. 40, No. 12, p. 1663-1677
- D'Angelo, A., & Presutti, M. (2019). SMEs international growth: The moderating role of experience on entrepreneurial and learning orientations. *International Business Review*, 28(3), 613–624. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.12.006>.
- Deutscher, F., Zapkau, F. B., Schwens, C., Baum, M., & Kabst, R. (2016). Strategic orientations and performance: A configurational perspective. *Journal of Business Research*, 69(2), 849–861. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.005>.
- Dutta, D. K., Gupta, V. K., & Chen, X. (2016). A Tale of Three Strategic Orientations: A Moderated-Mediation Framework of the Impact of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Learning Orientation on Firm Performance. *Journal of Enterprising Culture*, 24(3), 313–348. <https://doi.org/10.1142/s0218495816500126>.
- Eris, E. D., Neczan, O., & Ozmen, T. (2012). The Effect of Market Orientation, Learning Orientation and Innovativeness on Firm Performance: A Research from Turkish Logistics Sector. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, V(1), 77–108.
- Esteban A, Millan A, Molina A, Consuegra D.M, 2002, " Market Orientation in service", *European Journal of Marketing*, vol. 36, p. 1003-1021.
- Faisal, A., Hermawan, A., & Arafah, W. (2018). The Influence of Strategic Orientation on Firm Performance Mediated By Social Media Orientation at MSMEs. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(8), 22–31. <https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/03>.
- Freeman. 2004. Stakeholder Theory and the Corporate Objective Revisited". *Organization Science*. Vo. 15 No.3.
- Fojt, M. (1995). Marketing Intelligence & Planning. *Marketing Intelligence & Planning*, 13(8), 1–48. <https://doi.org/10.1108/02634503199500003>.
- Gatignon, H & Jean – Marc X. 1997. "Strategic Orientation of The Firm and new Product Performance". *Journal of Marketing Research*. Pp.77-79.

- Garvin, David A, 1993, "Building A Learning Organization", Harvard Bussiness Review, p. 78-91.
- Genc, E., Dayan, M., & Genc, O. F. (2019). The impact of SME internationalization on innovation: The mediating role of market and entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, 82(January), 253–264. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.008>.
- Grant, R. M. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: organizational capability as knowledge integration. *Organization science*, 7(4), 375–387.
- Grant, R. M. 1996. *Toward a knowledge-based theory of the firm*. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109–122. doi:10.1002/smj.4250171110
- Grawe.S.J, (2009., *The Relationship Between Strategic Orientation, Service Innovation, And Performance* , Emerald Group Publishing Limited.
- Hakala, H. (2011). Strategic Orientations in Management Literature: Three Approaches to Understanding the Interaction between Market, Technology, Entrepreneurial and Learning Orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199–217. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00292.x>.
- Halim, Djumilah Hadiwidjojo, Solimun dan Djumahir. 2012. "Kapabilitas Pemasaran Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Pembelajaran Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Menengah Di Sulawesi Tenggara)." *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Handrimurtjahjo, Agustinus Dedy, and Engkos Achmad Kuncoro. 2012. "Peran Daya Saing Kultural Dan Kapabilitas Dinamik Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasional." *Binus Business Review*.
- Hoppermann , Jost; Hamerman,Paul D; Lawrie, George.2013.The 10 Most Important Technology Trends in Business Application Architecture Today Url: [http://www.progress.com/~media/Progress/Documents/Pacific/Whitepaper/The\\_10\\_Most\\_Important\\_Tec.pdf](http://www.progress.com/~media/Progress/Documents/Pacific/Whitepaper/The_10_Most_Important_Tec.pdf)
- Hudson, Mel, Andi Smart, and Mike Bourne. 2001. "Theory and Practice in SME Performance Measurement Systems." *International Journal of Operations and Production Management* 21(8): 1096–1115.
- Hess, Andrew M. 2008. *Essays on Dynamic Capabilities : the role of intellectual human capital in firm innovation*. Georgia Institute of Technology.
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M.2001.Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations and Production Management*, 21(8), 1096–1115. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005587>.
- Ho, K. L. P., Nguyen, C. N., Adhikari, R., Miles, M. P., & Bonney, L. (2017). Exploring

- market orientation, innovation, and financial performance in agricultural value chains in emerging economies. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(3), 154–163. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.03.008>.
- Hudson, Mel, Andi Smart, and Mike Bourne. 2001. "Theory and Practice in SME Performance Measurement Systems." *International Journal of Operations and Production Management* 21(8): 1096–1115.
- Hurley, R. F. dan G. Hult. 1998. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62: 42-54.
- Hernández-Espallardo, M., & Delgado-Ballester, E. (2009). Product innovation in small manufacturers, market orientation and the industry's five competitive forces. *European Journal of Innovation Management*, 12(4), 470–491. <https://doi.org/10.1108/14601060910996927>
- Hyland, & Gieskes, J. (2004). Journal of Manufacturing Technology Management: Guest editorial. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(4), 313–314.
- Indonesia, Bank. 2015. "Peningkatan Akses Pembiayaan Bagi Industri Kreatif Di Indonesia Peningkatan Akses Pembiayaan Bagi Industri Kreatif Di Indonesia." (2): 3.
- Johnston, Kevin A dan Adeniran, Tejumade V. 2012. Investigating the dynamic capabilities and competitive advantage of South African SMEs. *African Journal of Business Management* Vol. 6(11), pp. 4088-4099.
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., Kyläheiko, K. 2015. "Entrepreneurial Orientation, Dynamic Capabilities and International Performance." *Journal of International Entrepreneurship*, 1(3): 223–43.
- Jaworski, B.J., & Kohli, A.K., 1993, Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57 (3), July, 53-70.
- Jambulingam, T., Kathuria, R., and Doucette, W. (2005). Entrepreneurial Orientation as a Basis for Classification within a Service Industry : The Case of Retail Pharmacy Industry. *Journal of Operations Management* . 23(1) : 23-42
- Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck, (1998), "Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan", Edisi ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kaplan, R. S, David P. N. (2006). *Alignment*. USA : Harvard Business School Press.
- Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. 2007. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs", *Journal of Business Venturing*, page: 592-611.

- Kohli, Ajay K., Tasaddug A. Shervani, dan Goutam N. Challagalla. 1998. "Learning and Performance orientation of Salespeople: The Role of Supervisors". *Journal of Marketing Research*. Vol. xxxv. May. P. 263 -273
- Kogut, B., & Zander, U. 1992. *Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology*. *Organization Science*, 3(3), 383–397. doi:10.1287/orsc.3.3.383
- Kumar, K.1995.*From Post-Industrial to Post-Modern Society*. Oxford, England: Blackwell Publishers.
- Kazemian, S., Abdul Rahman, R., Mohd Sanusi, Z., & Adewale, A. A. (2016). Role of market orientation in sustainable performance: The case of a leading microfinance provider. *Humanomics*, 32(3), 352–375. <https://doi.org/10.1108/H-03-2016-0028>
- Kee, Daisy, 2017. "Entrepreneurial Orientation, Innovation and SME Performance: A Study of SME in Malaysia Using PLS-SEM". School of Management University Sains, Malaysia. 29th to 30th March, 2017 Aseania Resort & Spa Langkawi, Malaysia.
- Kocak, A., Carsrud, A., & Oflazoglu, S. (2017). Market, entrepreneurial, and technology orientations: impact on innovation and firm performance. *Management Decision*, 55(2), 248–270. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2015-0146>
- Kozielski, R. (2019). Determinants of SMEs business success – emerging market perspective. *International Journal of Organizational Analysis*, 27(2), 322–336. <https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2018-1343>
- Kropp, F., Lindsay, N. J., & Shoham, A. (2006). Entrepreneurial, market, and learning orientations and international entrepreneurial business venture performance in South African firms. *International Marketing Review*, 23(5), 504–523. <https://doi.org/10.1108/02651330610703427>
- Leng, Z., Liu, Z., Tan, M., & Pang, J. (2015). Speed leaders and quality champions: Analyzing the effect of market orientation and technology orientation alignment on new product innovation. *Management Decision*, 53(6), 1247–1267. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2013-0367>
- Lita, R. P., & Faisal, R. F. (2018). Sme's Performance Of Creative Industries Supporting Tourism In Indonesia: Market Orientation, Learning Orientation And Organizational Innovativeness As Determinants. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(1).
- Lukman Hakim, Pengaruh Orientasi Pembelajaran Motivasi Dan Komitmen Terhadap Kinerja Madrasah Swasta, Vol 19, No 2, 2011
- Lukas, B.A & O.C Ferrell (2000.. The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol.28, p. 239-247.

- Long, H. C. (2013). The Relationship Among Learning Orientation, Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Firm Performance of Vietnam Marketing Communications Firms. *Philippine Management Review*, 20, 37–46.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage the Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.
- Lee D.J., Singhapakdi A. & Sirgy, M. J. (2007). Further Validation of a Need-based Quality of Work Life (QWL) Measure: Evidence From Marketing Practitioners. *Applied Research Quality of Life*, 2, 273-287.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 97(1): 135-72.
- Liu, H., Ke, W., Wei, K.K. and Hua, Z. 2013. "The impact of IT capabilities on firm performance: The mediating roles of absorptive capacity and supply chain agility", *Decision Support System*, Vol. 54, No. 3, pp. 1452-1462.
- Mason, E. S. (1939). Price and production policies of large scale enterprises. *The American Economic Review*, 29: 61-74.
- Mahmoud, M. A., Blankson, C., Owusu-Frimpong, N., Nwankwo, S., & Trang, T. P. (2016). Market orientation, learning orientation and business performance: The mediating role of innovation. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 623–648. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0057>
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Majid, Abdul & Yasir, Muhammad. 2012. "Enhancing Managerial Capabilities for Environmental Analysis: Framework for Entrepreneurial Development in Pakistan." *Interdisciplinary journal of Contemporary Research in Business* 4(6): 238 243.
- Mavondo, Felix, T. Chimhanzi, Jacqueline, Stewart & Jillian. (2003). Learning Orientation and Market Orientation : Relationship With Invitation, Human Resource Practices and Performance, *European Journal of Marketing*, Vol. 39, p. 1235-1263.
- Munizu, Musran, Sumardi, Armayah. (2015). Studies on Determinants of Performance Micro and Small Enterprises and its Role in Reducing Poverty in South Sulawesi, Unpublished, Self Report, Makassar: Hasanuddin University
- McKeown, Patrick G., (2001). *Information Technology and The Networked. Economy*, Harcourt: Orlando.



- Mcleod Jr, Raymond, George P Schell. (2007). *Management Information Systems*. (10th Edition). USA: Pearson Prentice Hall
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7): 770–791.
- Mustikowati, Rita Indah, and Irma Tysari. 2015. “Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang).” *Jurnal Ekonomi Modernisasi*.
- Mirzaei, O., Micheels, E. T., & Boecker, A. (2016). Product and marketing innovation in farm-based businesses: The role of entrepreneurial orientation and market orientation. *International Food and Agribusiness Management Review*, 19(2), 99–130. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.234958>
- Montiel-Campos, H. (2018). Entrepreneurial orientation and market orientation: Systematic literature review and future research. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(2), 292–322. <https://doi.org/10.1108/JRME-09-2017-0040>
- Munaf, Triawan, and Ricky Joseph Pesik. 2019. “Ekonomi Kreatif Outlook 2019.” *Badan Ekonomi Kreatif*. 23–24.
- Narver, J. and Slater, S. F. 1990. “Customer-Led and Market-Oriented: Let’s Not Confuse The Two.” *Strategic Management Journal* 58(1):46-: 1001–6.
- Nelson, Richard R. and Winter, Sidney G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.
- Ndiaye, N., Abdul Razak, L., Nagayev, R., & Ng, A. (2018). Demystifying small and medium enterprises’ (SMEs) performance in emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 269–281. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2018.04.003>
- Ngoma, M., Ernest, A., Nangoli, S., & Christopher, K. (2017). Internationalisation of SMEs: does entrepreneurial orientation matter? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(2), 96–113. <https://doi.org/10.1108/wjemsd-08-2016-0039>.
- Nymark Seren.2002. Value-based management in learning organizations through 'hard' and 'soft' managerial approaches: The case of Hewlett-Packard. DRUID Working Paper No 00-10
- Oktemgil, Mehmet & Greenley, Gordon. 1997. “Consequences of High and Low Adaptive Capability in UK Companies.” *European Journal of Marketing* 31(7): 445–66.
- Occhiodoro, T., Hopwood, J. J., Phillip Morris, C., & Anson, D. S. (1992). Correction of -L-fucosidase deficiency in fucosidosis fibroblasts by retroviral vector-mediated gene transfer. *Human Gene Therapy*, 3(4), 365–369.

<https://doi.org/10.1089/hum.1992.3.4-365>.

- Pamela, Isabel. M. B, dan Roberto, F. 2019. Strategic orientation, innovation performance and the moderating influence of marketing management. *Elsavier Journal of Business Research*. Volume 97, April 2019, Pages 129-140. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.071>.
- Preble, John F. & Hoffman, Richard C. 1994. "Competitive Advantage through Specialty Franchising." *Journal of Services Marketing*, 8(2): 5–18.
- Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press.
- Purnama, Chamdan & Suyanto, 2010, Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Volume 12 No 2.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press
- Popa, S., Soto-Acosta, P., & Martinez-Conesa, I. (2017). Antecedents, moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 134–142. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.02.014>
- Prahalad, C.K. & Hamel, G. 1990. *The Core Competence of the Corporation*. *Harvard Business Review*, Vol. 68, Issue 3, p.79-91. doi:10.1007/3-540-30763-x\_14
- Pieska, Sakari. 2012. "Enhancing Innovation Capability and Business Opportunities : Cases of SME-Oriented Applied Research. University of Jyväskylä.
- Rentz, Joseph O., C. David Sheherd, Armen Tashchian, Pratibha A. Dabholkar dan Robert T. Ladd. 2002. "A Measure of Selling Skill : Scale Development and Validation". *Journal of Personal Selling & Sales Management*. Volume XXII. Number 1. Winter. p. 13-21.
- Risto, Rajala dan Mika, Westerlund. 2012. The Effects of Service Orientation, Technology Orientation and Open Innovation on the Performance of Software-intensive Service Businesses. **Publisher:** IEEE, **DOI:** 10.1109/HICSS.2012.563. Print ISSN: 1530-1605. Electronic ISSN: 1530-1605.
- Real, J. C., Roldán, J. L., & Leal, A. (2014). From entrepreneurial orientation and learning orientation to business performance: Analysing the mediating role of organizational learning and the moderating effects of organizational size. *British Journal of Management*, 25(2), 186–208. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2012.00848.x>.
- Rezaei, J., & Ortt, R. (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances. *Management Research Review*, 41(7), 878–900. <https://doi.org/10.1108/MRR-03-2017-0092>.

- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30(1), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.04.008>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 761-787.
- Rua, O., França, A., & Fernández Ortiz, R. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 257–279. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2017-0267>
- Sáez-Martínez, F. J., Díaz-García, C., & González-Moreno, A. (2014). Environmental orientation as a determinant of innovation performance in young SMEs. *International Journal of Environmental Research*, 8(3), 635–642. <https://doi.org/10.22059/ijer.2014.758>
- Sanchez-Hernandez, M. I., & Miranda, F. J. (2011). Linking internal market orientation and new service performance. *European Journal of Innovation Management*, 14(2), 207–226. <https://doi.org/10.1108/14601061111124894>
- Santos, Georgina, Hannah Behrendt, and Alexander Teytelboym. 2010. "Part II: Policy Instruments for Sustainable Road Transport." *Research in Transportation Economics*.
- Sarker, S., & Palit, M. (2015). Strategic orientation and performance of small and medium enterprises in Bangladesh. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 24(4), 572–586. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.068643>.
- Samson Waibe Bature and Cheng Wei Hin, 2017. Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, Technology Orientation, Access to Debt Finance and Firm Performance: A Proposed Research Framework. *International Business Management*, 11: 444-453.
- Scherer, F. M. (1980). *Industrial market structure and economic performance*. Chicago: Rand McNally College Publishing.
- Stata, Ray, 1989, "Organizational Learning - The Key to Management Innovation", *Sloan Management Review*, p.63- 74.
- Stevenson, H.H., & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*. (special issue) 11:17-27.
- Slater, S. F., dan Narver, J.C. 1995. "Market Orientation and the Learning Organization." *Journal of Marketing* 59: 63–74.

- Sirén, C., Hakala, H., Wincent, J., & Grichnik, D. (2017). Breaking the routines: Entrepreneurial orientation, strategic learning, firm size, and age. *Long Range Planning*, 50(2), 145–167. doi:10.1016/j.lrp.2016.09.005
- Sinkula, James M., William E. Baker, Thomas Noordewier, 1997, "A Framework for Market-Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge and Behavior", *Journal of the Academy of Marketing Science*, p.305318.
- Seo, Y. W., & Chae, S. W. (2016). Market Dynamics and Innovation Management on Performance in SMEs: Multi-agent Simulation Approach. *Procedia Computer Science*, 91(I tqm), 707–714. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.07.060>.
- Shehu, A., & Mahmood, R. (2014). Market orientation and Organizational culture's impact on SME Performance: A SEM Approach. *International Affairs and Global Strategy*, 24(2009), 1–10. <http://iiste.org/Journals/index.php/IAGS/article/view/15044>.
- Syukriah, Ana dan Hamdani, Imam. 2015. "Peningkatan Eksistensi UMKM Di, Comparative Advantage Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 Temanggung." *Economic Development Analysis Journal*. Vol.2,(No.2.).
- Szogs, Astrid & Chaminade, Cristina & Azatyan, Ruzana. 2008. Research and Competence in the Learning Economy (CIRCLE) *Building Absorptive Capacity in Less Developed Countries The Case of Tanzania*. Lund University.
- Sugiono, Arif. 2018. Resource Based View in The Strategic Management Model Framework. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol.3,No. 3, Desember 2018, DOI : <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i3.19226>, hal.195-205
- Simon, H. A. 1947. *Administrative Behavior*. New York: Machmillan.
- Spanos, Y. E., & Lioukas, S. (2001). An examination into the causal logic of rent generation: Contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective. *Strategic Management Journal*, 22: 907-934.
- Sinkula, J. M., Baker, W.E., Noordewier, T., (1997), "A Framework for Market Based Organizational Learning : Linking Values, Knowledge and Behavior", *Journal of the Academy Marketing Science*, Vol. 25, p. 305- 318.
- Swan, J., Newel, H., Scarbrought, & Hislop. 1999. Knowledge Management and Innovations: Networks and Networking. *Journal of Know-ledge Management*, 3(4): 262–275.
- Stata, Ray, 1989, "Organizational Learning - The Key to Management Innovation", *Sloan Management Review*, p.63- 74.
- Tambunan, T. H. Tulus (2002), *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Beberapa Isu Penting*, Pnerbit salemba Empat, Jakarta

- Teece, D. J. 2009. *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. First edit. Oxford University Press.
- Thomas, Tijo., & Johnson, Johnney. (2017). The Impact of Celebrity Expertise on Advertising Effectiveness: The Mediating Role of Celebrity Brand Fit. *Vision*, 21(4), 367–374. <https://doi.org/10.1177/0972262917733174>
- Urata, S. (2000). Policy Recommendation for SME Promotion In The Republic of Indonesia, JICA Senior Advisor to Coordination Minister of Economy, Finance and Industry. Jakarta.
- Verhess, F. & Meulenbergh M.T.G. (2004). Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance In Small Firms. *Journal Of Small Business Management*, Vol.42, p.134-154.
- Wahyudiono, (2006) *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Inovasi Berkelanjutan Dan Kinerja Perusahaan Consumer Goods Di Surabaya*. Disertasi, Universitas Airlangga.
- Wardi, Yunia, Perengki Susanto, and Nor Liza Abdullah. 2017. "Orientasi Kewirausahaan Pada Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi Dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar Dan Teknologi." *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Wang, G, Richard G. Netemeyer. 2002. "The Effects of Job Autonomy, Customer Demandingness, and Trait Competiveness on Salesperson Learning, Self-Efficacy, and Performance". *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol30. NO. 3. P. 217 – 228.
- Wang, C. L. & Ahmed, P. K. 2007. Dynamic capabilities: a review and research Agenda. *The International Journal of Management Reviews*, 9(1), pp. 31-51.
- Wang, Ying., Ramudu Bhanugopan., & Pamela Lockhart. (2015). Examining the quantitative determinants of organizational performance: evidence from China. *Measuring Business Excellence*, Vol. 19 Issue: 2, pp.23-41.
- Weerawardena, Jay. 2013. "Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy." *European Journal of Marketing* 37: 407–29.
- Westerberg, Mats & Joakin Wincent. 2008. "Entrepreneur Characteristics and Management Control: Contingency Influences on Business Performance." *Journal of Business and Entrepreneurship* Vol.20(No.1).
- Wahyono, 2012, Orientasi Pasar dan Inovasinya: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1 NO.1. Hal 23-40
- Wind, Jerry., & Vijay Mahajan. (1997). Issues and Opportunities in New Product Development: An Introduction to the Special Issue, *Journal of Marketing Research*, vol 34, pp 1-12

- Wibowo, Amin, 2008, "The Impact Of Organisational Culture And Internal Corporate Governance On Organisational Performance In Indonesian Companies", Ph. D. Curtin University of Technology, Graduate School of Business
- Widajanti, Erni.2018. Peran Teknologi Informasi Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*. Vol. 6, No. 1, April : 60 – 71
- Whittaker, James, 1993. The Government Performance Result Act, Educational Services Institute.
- Wiklund, J., & Dean Shepherd, 2005, "Entrepreneurial Orientation And Small Business Performance: A Configurational Approach", *Journal of Business Venturing*, Vol.20, No.1
- Wolff, J. A., Pett, T. L., and J, K. R. (2015). Small firm growth as a function of both learning orientation and entrepreneurial orientation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21(5), 709-730.
- Xiao, H., Wang, Y., Li, W., & Ma, Z. (2017). Intellectual structure of research in business ethics: A citation and co-citation analysis on *Business Ethics Quarterly*. *Nankai Business Review International*, 8(1), 100–120. <https://doi.org/10.1108/NBRI-10-2016-0035>
- Yahya, Al-Ansari, Altalib, M, Sardoh, M. 2013. Technology Orientation, Innovation and Business Performance: A Study of Dubai SMEs. *The International Technology Management Review*, Vol. 3, No. 1, 1-11. Southern Cross Business School, Southern Cross University, Australia
- Yohan Hadi Wijaya dan Dhyah Harjanti. 2013. "Enterpreneurial Leadership Dan Hubungannya Dengan Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Di Wilayah Jawa Timur." *Agora* 1(3): 1–3.
- Yousaf, Z., Sahar, N., Majid, A., & Rafiq, A. (2018). The effects of e-marketing orientation on strategic business performance. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(3), 309–320. <https://doi.org/10.1108/wjemsd-12-2017-0109>.
- Zayed Nawal Abeer, A. (2017). The relationship between market , learning orientation , innovation and business performance of Egyptian sme ' s. *The Business and Management Review*, 8(5), 150–162.
- Zehir, C., Köle, M., & Yıldız, H. (2015). The Mediating Role of Innovation Capability on Market Orientation and Export Performance: An Implementation on SMEs in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 700–708. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.141>.
- Zhou, K. Z., Kin, C., Yim, B., & Tse, D. K. (2015). The effects of strategic orientations on technology-and market-based innovations breakthrough. *Journal of*

*Marketing*, 69(2), 42–60.

- Zortea-Johnston, E., Darroch, J., & Matear, S. (2012). Business orientations and innovation in small and medium sized enterprises. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(2), 145–164. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0170-7>.
- Zahra, S.A., dan S. R. Das (1993), Innovation Strategy and Financial Performance in manufacturing companies: An empirical Study. *Production and Operations Management* 2 (1) (Winter) : 15-37
- Zahra, A. S. 2008. "Being Entrepreneurial and Market Driven: Implications for Company Performance." *Journal of Strategic and Management* 1(2): 125–42.

**LAMPIRAN-LAMPIRAN****KUESIONER PENELITIAN  
PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN ORIENTASI  
TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA BISNIS UKM YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI DAN  
ORIENTASI PEMBELAJARAN (STUDI PADA EKONOMI KREATIF SUB-SEKTOR  
KERAJINAN DI NUSA TENGGARA BARAT)**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

Pengusaha UKM Sub-Sektor Kerajinan Nusa Tenggara Barat

Di

Tempat.

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir program S3 Ilmu Ekonomi pada Universitas Hasanuddin:

Nama : Syafruddin  
NIM : A013171004  
Program Studi : Doktorat Ilmu Ekonomi, Universitas Hasanuddin  
Makassar

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis Ukm Yang Dimediasi Oleh Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran (Studi Pada Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kerajinan Di Nusa Tenggara Barat)". Sehubungan dengan hal tersebut, dengan segala kerendahan hati, kami mohon kesediaan Bapak/ Ibu untuk dapat meluangkan waktu mengisi kuesioner sebagaimana terlampir bersama surat ini.

Data atau informasi yang Bapak/Ibu berikan akan kami gunakan semata-mata untuk keperluan ilmiah. Kami akan menjaga kerahasiaan data atau informasi tersebut sesuai dengan kode etik penelitian. Partisipasi Bapak/Ibu sangatlah penting bagi kesuksesan penelitian ini. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Makassar, Juli 2020

Peneliti

**Syafruddin**



### IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk: Berilah tanda ( ) pada isian dibawah ini untuk menjawab pertanyaan.

- |   |                     |               |                                  |
|---|---------------------|---------------|----------------------------------|
| 1 | Nama Lengkap        | .....         |                                  |
| 2 | Alamat & Nomor      | .....         |                                  |
|   | Telp / HP           |               |                                  |
| 3 | Jenis Kelamin       | Laki – laki   | Perempuan                        |
| 4 | Umur                | 25 tahun      | 41–55 tahun                      |
|   |                     | 25 – 40 tahun | > 55 tahun                       |
| 5 | Pendidikan Terakhir | SD            | <input type="checkbox"/> Diploma |
|   |                     | SMP           | <input type="checkbox"/> S1      |
|   |                     | SMA/SMK       | <input type="checkbox"/> S2      |
| 6 | Lama usaha          | 1-3 tahun     | 7–9 tahun                        |
|   | didirikan           | 4 – 6 tahun   | > 9 tahun                        |
| 7 | Jumlah              | 1 – 4 orang   | 20–99 orang                      |
|   | karyawan            | 5 – 19 orang  |                                  |
|   | yang dimiliki       |               |                                  |
| 8 | Jenis Usaha         | .....         |                                  |
|   | (bisnis kerajinan)  |               |                                  |
|   | yang dijalankan     |               |                                  |
|   | saat ini            |               |                                  |
| 9 | Omset penjualan/thn | .....         |                                  |

### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ibu/Sdr (i) mohon memberikan pilihan tentang seberapa setuju atas pendapat-pendapat seperti yang terdapat dalam pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan cara mencontreng pada kotak yang memiliki judul kombinasi huruf berikut yang dianggap paling sesuai: (1) STS=Sangat Tidak Setuju, (2) TS=Tidak Setuju, (3) CS=Cukup Setuju, (4) S=Setuju, (5) SS=Sangat Setuju.

## DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

### ORIENTASI PASAR

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Orientasi Pelanggan</b>						
1.	Kami terus memantau tingkat komitmen untuk melayani kebutuhan pelanggan.					
2.	Tujuan usaha kami terutama didorong oleh kepuasan pelanggan.					
3.	Kami memperhatikan masukan dari pelanggan mengenai produk yang mereka inginkan.					
<b>Orientasi Pesaing</b>						
1.	Tenaga penjualan kami secara teratur berbagi informasi mengenai kegiatan pesaing.					
2.	Kami selalu mengawasi strategi bisnis pesaing agar dapat dibandingkan dengan strategi bisnis kami.					
3.	Kami dengan cepat merespons tindakan kompetitif yang mengancam bisnis kami.					
<b>Informasi Pasar</b>						
1.	Usaha yang kami kelola menyediakan informasi mengenai produk yang dihasilkan pada media cetak maupun media elektronik.					
2.	Kami Menggunakan informasi pelanggan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan,					
3.	Usaha yang kami kelola selalu berpartisipasi dalam kegiatan pameran ataupun <i>workshop</i> untuk memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan.					

### ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Resiko</b>						
1.	Kami selalu berani menghadapi persoalan usaha.					
2.	Kami senantiasa mengamati potensi munculnya peluang baru.					
3.	Kami selalu berusaha menciptakan peluang usaha.					
<b>Proaktif</b>						
1.	Kami selalu berusaha memantau tren produk-produk terbaru					
2.	Kami biasa memperkenalkan produk baru kepada konsumen dengan cara memberikan potongan harga atau semacam bonus-bonus.					
3.	Kami selalu berusaha menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk baru dengan teknik terbaru.					
<b>Otonomi</b>						
1.	Pemilik usaha memiliki keputusan tertinggi dalam kegiatan usaha					
2.	Pemilik usaha yang mengontrol dan memberi arahan kepada karyawannya					
3.	Pemilik usaha memberikan kebebasan individu (karyawan)nya bertindak kreatif dalam mengoptimalkan peluang baru yang menarik di pasar.					

**ORIENTASI Teknologi**

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Penggunaan teknologi terbaru</b>						
1.	Kami menguasai penggunaan komputer dan akses teknologi.					
2.	Kami sangat aktif dalam mengikuti perkembangan teknologi untuk pengembangan produk kami.					
3.	Kami memiliki pengetahuan teknologi yang lebih baik daripada perusahaan saingan kami.					
<b>Mempercepat pelayanan kepada pelanggan</b>						
1.	Kami sangat aktif memperkenalkan produk kami melalui internet (berbagai media sosial).					
2.	Program pengembangan produk kami lebih unggul dari pesaing kami.					
3.	Kami terus mengupayakan keberadaan teknologi dalam rangka mempercepat layanan terhadap pelanggan.					
<b>Kemudahan dalam mengoperasikan</b>						
1.	Teknologi memudahkan konsumen dalam proses pemesanan barang.					
2.	Teknologi memudahkan konsumen dalam proses pembayaran barang yang dibeli.					
3.	Kemudahan dalam mengakses (internet) berguna dalam menyelesaikan pekerjaan.					

**Inovasi**

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Produk</b>						
1.	Kami selalu melakukan inovasi pada produk baru seperti motif/warna/desain baru yang diproduksi per bulan atau per tahun.					
2.	Kami memiliki tim yang selalu melakukan inovasi dengan baik pada seluruh aktivitas dalam mengembangkan produk baru dengan sangat cepat.					
3.	Kami memiliki tingkat perubahan dan pembaruan yang tinggi dalam proses, prosedur, serta teknik bisnis kami.					
<b>Proses</b>						
1.	Produk kami menekankan pada metode-metode baru dengan memberikan fitur-fitur yang disediakan bervariasi dan menarik.					
2.	Kami selalu berusaha mencari cara yang terbaik memperoleh bahan baku yang murah.					
3.	Kami selalu berusaha tepat waktu dalam penggunaan waktu produksi.					
<b>Pemasaran</b>						
1.	Kami menggunakan akses sosial media sebagai media marketing dan promosi.					
2.	Melakukan evaluasi berkala terhadap produk yang dipasarkan.					
3.	Saat ini kami merasa sukses memperkenalkan produk-produk baru kepada konsumen.					

**Orientasi Pembelajaran**

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Komitmen untuk Belajar</b>						
1.	Mempelajari metode kerja yang baru bagi kami merupakan hal yang penting.					
2.	Kami selalu merasa bangga akan profesi (bisnis kami) saat ini,					
3.	Kami menghabiskan lebih banyak waktu dan tenaga untuk pekerjaan.					
<b>Berbagi Pandangan</b>						
1.	Memberi ide-ide baru merupakan hal yang penting bagi perkembangan pada bisnis kami,					
2.	Pengetahuan yang kami miliki setelah mengikuti pembelajaran akan meningkatkan pengetahuan yg baru.					
3.	Asumsi bersama setiap karyawan merupakan hal yang penting.					
<b>Evaluasi Bisnis</b>						
1.	Melakukan evaluasi berkala terhadap produk yang dipasarkan.					
2.	Kami akan mendaur ulang produk kami jika tidak terjual dengan menambahkan keunikan produk tersebut.					
3.	Kami tidak hanya melakukan aktivitas pemasaran tapi juga memberikan edukasi kepada pelanggan.					

**Kinerja Bisnis**

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Proses Bisnis</b>						
1.	Kami telah berkecimpung dalam bisnis kerajinan ini selama kurang lebih lima tahun.					
2.	Semua aktivitas kerja di usaha kami berjalan efektif dan efisien.					
3.	Usaha kami akan mampu bertahan, meskipun dalam situasi ekonomi yang sedang mengalami krisis.					
<b>Pendapatan Bisnis</b>						
1.	Volume penjualan kami selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun selama tiga tahun terakhir ini.					
2.	Keuntungan secara operasional yang kami peroleh terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun selama tiga tahun terakhir ini.					
3.	Aset yang selama ini kami miliki terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.					
<b>Ekspansi Geografis Penjualan</b>						
1.	Kami memiliki lokasi penjualan yang sangat strategis.					
2.	Pangsa pasar yang kami miliki terus meningkat.					
3.	Kami selalu berusaha memperluas cakupan pasar kami saat ini dan menjadikan usaha kami selalu unggul.					

**\*TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA\***

**DATA PENELITIAN**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN ORIENTASI TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA BISNIS UKM YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN (STUDI PADA EKONOMI KREATIF SUB-SEKTOR KERAJINAN DI NUSA TENGGARA BARAT)**

No.	X1 (ORIENTASI PASAR)															Grand Total	Grand Rerata	X2 (ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN)													
	X1.1				Total	Rerata	X1.2				Total	Rerata	X1.3					Total	Rerata	X2.1				Total	Rerata	X2.2			Total	Rerata	1
	1	2	3	1			2	3	1	2			3	1	2					3	1	2	3			1	2	3			
1	4	5	5	14	4,67	5	4	5	14	4,67	3	5	4	12	4,00	40	4,44	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4			
2	4	5	3	12	4,00	3	5	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4			
3	5	5	4	14	4,67	3	4	5	12	4,00	4	5	3	12	4,00	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4			
4	4	5	3	12	4,00	4	4	5	13	4,33	3	5	4	12	4,00	37	4,11	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4			
5	4	5	3	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
6	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	5	3	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4			
7	4	5	3	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	5	4	13	4,33	5	5	3	13	4,33	4			
8	4	3	4	11	3,67	3	3	3	9	3,00	4	4	3	11	3,67	31	3,44	4	3	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	3			
9	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
10	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	5			
11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
12	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4			
13	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
14	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
15	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
16	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
17	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
18	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
19	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	3	4	5	12	4,00	37	4,11	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4			
20	4	5	4	13	4,33	5	4	3	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
21	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4			
22	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	4			
23	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5			
24	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
25	3	5	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3			
26	4	4	3	11	3,67	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	32	3,56	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4			
27	3	5	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
28	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	39	4,33	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4			
29	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	3			
30	4	4	5	13	4,33	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
31	4	4	4	12	4,00	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4			
32	5	5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
33	4	4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	5	5	4	14	4,67	41	4,56	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4			
34	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	4			
35	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4			
36	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	34	3,78	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4			
37	4	4	4	12	4,00	4	4	2	10	3,33	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	3	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	3			

38	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
39	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4	5	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4
40	4	4	5	13	4,33	5	3	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	39	4,33	5	5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33	4
41	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4
42	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	3	4	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3
43	4	4	5	13	4,33	5	3	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4
44	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	5	4	4	13	4,33	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	4
45	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	4
46	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
47	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4
48	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
49	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4
50	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	4	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4
51	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
52	5	4	5	14	4,67	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
53	5	4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	5	3	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
54	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	3
55	4	4	5	13	4,33	5	4	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67	4
56	4	5	5	14	4,67	3	4	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	36	4,00	5	4	4	13	4,33	5	3	5	13	4,33	4
57	3	5	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
58	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	4
59	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
60	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
61	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	3	11	3,67	36	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	5
62	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67	39	4,33	3	5	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4
63	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4
64	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	5
65	5	4	4	13	4,33	4	3	3	10	3,33	4	5	4	13	4,33	36	4,00	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4
66	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	5	4	5	14	4,67	4
67	4	3	5	12	4,00	4	5	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33	39	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4
68	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	5	3	4	12	4,00	37	4,11	4	5	4	13	4,33	3	4	4	11	3,67	4
69	4	4	5	13	4,33	5	4	3	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
70	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4
71	4	5	4	13	4,33	5	3	3	11	3,67	5	3	3	11	3,67	35	3,89	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4
72	4	3	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	32	3,56	4	4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67	3
73	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	3
74	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
75	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	4
76	3	4	5	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	3	12	4,00	36	4,00	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	4
77	3	4	5	12	4,00	4	3	3	10	3,33	4	5	4	13	4,33	35	3,89	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	4
78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4
79	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5
80	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4
81	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	3
82	3	4	5	12	4,00	4	4	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	33	3,67	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4
83	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	3	4	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3

84	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4
85	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
86	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
87	4	4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
88	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	3	4	11	3,67	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
89	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	3
90	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4
91	3	4	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	33	3,67	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	3
92	4	3	5	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	3	3	10	3,33	34	3,78	3	4	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	4
93	4	3	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	33	3,67	4	4	3	11	3,67	4	3	3	10	3,33	3
94	4	3	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	3	3	10	3,33	31	3,44	4	3	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	3
95	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	33	3,67	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	3
96	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	34	3,78	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	3
97	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	31	3,44	3	3	4	10	3,33	3	3	4	10	3,33	4
98	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
99	5	4	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	39	4,33	5	4	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4
100	4	3	3	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	29	3,22	3	3	3	9	3,00	3	4	4	11	3,67	3
101	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	33	3,67	4	3	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	3
102	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	31	3,44	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	3
103	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	4	11	3,67	3	4	3	10	3,33	3
104	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	40	4,44	3	4	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4
105	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	3	4	10	3,33	4	3	3	10	3,33	3
106	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	5	4	13	4,33	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
107	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	3	3	10	3,33	33	3,67	4	3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	3
108	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	3	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	3
109	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	3
110	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4
111	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	33	3,67	3	4	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4
112	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	4	4	5	13	4,33	36	4,00	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	3
113	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4
114	5	4	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3
115	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	39	4,33	4	3	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	3
116	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	33	3,67	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	3
117	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	31	3,44	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
118	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	3	4	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	3
119	5	4	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	41	4,56	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4
120	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67	40	4,44	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4
Rerata	4,01	4,02	4,16	12,18	4,06	4,04	3,92	4,03	11,99	4,00	4,13	4,05	3,94	12,12	4,04	36,29	4,03	3,86	3,94	3,88	11,68	3,89	3,91	3,87	3,94	11,72	3,91	3,80

X2.3				X3 (ORIENTASI TEKNOLOGI)																				Y1.1				
				Grand Total	Grand Rerata	X3.1			Total	Rerata	X3.2			Total	Rerata	X3.3			Total	Rerata	Grand Total	Grand Rerata						
						1	2	3			1	2	3			1	2	3										
4	4	12	4,00	38	4,22	4	5	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33	40	4,44	5	4	4	13	4,33	5
5	5	14	4,67	40	4,44	5	4	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	40	4,44	5	4	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	5	4	5	14	4,67	40	4,44	4	4	5	13	4,33	4
3	4	11	3,67	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4
4	5	13	4,33	37	4,11	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	5	4	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	38	4,22	5	3	5	13	4,33	5
4	4	12	4,00	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33	5	4	5	14	4,67	4
4	4	11	3,67	32	3,56	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	27	3,00	4	4	3	11	3,67	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	5	4	13	4,33	5
5	4	14	4,67	39	4,33	4	5	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	5	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	5	5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	38	4,22	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4
4	5	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	5	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	5	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	5	4	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	5
4	4	12	4,00	37	4,11	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	5	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	5
4	4	13	4,33	37	4,11	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	3	4	4	11	3,67	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	29	3,22	4	4	4	12	4,00	4
4	4	11	3,67	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	3	11	3,67	33	3,67	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	3	3	3	9	3,00	30	3,33	4	4	3	11	3,67	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
3	4	11	3,67	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	3
4	4	11	3,67	33	3,67	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	3	3	3	9	3,00	30	3,33	4	4	4	12	4,00	3
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4
4	3	11	3,67	35	3,89	5	5	4	14	4,67	4	3	5	12	4,00	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4
5	4	13	4,33	38	4,22	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	5	4	4	13	4,33	5
4	3	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	31	3,44	3	4	4	11	3,67	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	38	4,22	3	4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	5	4	4	13	4,33	35	3,89	5	3	4	12	4,00	4
4	4	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4



4	4	12	4,00	36	4,00	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	3
4	4	12	4,00	38	4,22	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	40	4,44	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	5	4	13	4,33	4
4	5	13	4,33	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
3	3	9	3,00	28	3,11	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	3	3	4	10	3,33	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	4	5	13	4,33	4
5	4	13	4,33	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	5	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	35	3,89	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	3	3	10	3,33	35	3,89	4	4	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	38	4,22	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	33	3,67	5	4	4	13	4,33	4
5	5	14	4,67	38	4,22	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	5	4	13	4,33	4
3	4	11	3,67	32	3,56	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	32	3,56	4	4	3	11	3,67	4
4	3	11	3,67	33	3,67	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	3	10	3,33	3	3	3	9	3,00	4	4	3	11	3,67	30	3,33	3	4	5	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	5	4	13	4,33	4
4	4	11	3,67	36	4,00	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	27	3,00	4	4	4	12	4,00	4
3	4	11	3,67	33	3,67	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4
3	5	12	4,00	38	4,22	4	5	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	39	4,33	5	4	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	38	4,22	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	4	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	5	5	14	4,67	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	5	5	14	4,67	4
4	4	12	4,00	35	3,89	3	4	4	11	3,67	3	3	3	9	3,00	4	3	4	11	3,67	31	3,44	4	4	4	12	4,00	4
5	3	13	4,33	35	3,89	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	4	4	5	13	4,33	35	3,89	4	4	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	33	3,67	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	36	4,00	3	4	4	11	3,67	4
3	4	11	3,67	37	4,11	3	4	4	11	3,67	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	3	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3
4	4	12	4,00	36	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	5	4	13	4,33	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	3	3	4	10	3,33	32	3,56	4	4	5	13	4,33	4
4	4	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	33	3,67	4	4	3	11	3,67	4
3	3	9	3,00	30	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	3	4	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	4	5	13	4,33	35	3,89	4	4	5	13	4,33	4
4	4	12	4,00	30	3,33	3	4	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	31	3,44	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	34	3,78	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	5
4	4	12	4,00	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67	34	3,78	4	4	3	11	3,67	4
3	4	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	31	3,44	4	3	4	11	3,67	4
4	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	30	3,33	3	4	4	11	3,67	4
3	3	10	3,33	33	3,67	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	33	3,67	4	4	4	12	4,00	4
3	4	10	3,33	29	3,22	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4	3	4	11	3,67	4

4	3	11	3,67	32	3,56	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	5	4	4	13	4,33	4
3	4	11	3,67	35	3,89	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	5	13	4,33	5
4	4	11	3,67	33	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	4	4	11	3,67	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	3	4	11	3,67	5	4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	37	4,11	5	4	4	13	4,33	4
4	4	11	3,67	33	3,67	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	32	3,56	4	4	3	11	3,67	4
4	3	11	3,67	31	3,44	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	27	3,00	3	5	5	13	4,33	5
3	4	10	3,33	31	3,44	4	3	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	31	3,44	3	4	4	11	3,67	4
3	3	9	3,00	29	3,22	3	3	4	10	3,33	3	3	4	10	3,33	3	4	3	10	3,33	30	3,33	3	5	5	13	4,33	4
3	4	10	3,33	31	3,44	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	31	3,44	4	3	3	10	3,33	4
3	4	10	3,33	32	3,56	3	4	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	31	3,44	4	4	4	12	4,00	4
3	3	10	3,33	30	3,33	3	3	4	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3	4	3	10	3,33	29	3,22	4	4	4	12	4,00	4
4	5	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	40	4,44	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	5
3	3	9	3,00	29	3,22	3	3	3	9	3,00	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	30	3,33	4	4	3	11	3,67	3
3	4	10	3,33	31	3,44	4	3	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	30	3,33	4	5	5	14	4,67	3
3	3	9	3,00	30	3,33	4	3	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	3	4	3	10	3,33	31	3,44	3	4	4	11	3,67	4
3	4	10	3,33	31	3,44	4	3	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	32	3,56	3	5	5	13	4,33	4
3	3	10	3,33	32	3,56	4	3	3	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	29	3,22	4	3	3	10	3,33	4
3	4	10	3,33	30	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4
5	4	13	4,33	37	4,11	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	5	4	4	13	4,33	4
4	4	11	3,67	32	3,56	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	30	3,33	4	4	4	12	4,00	4
3	3	9	3,00	30	3,33	4	3	3	10	3,33	4	3	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	30	3,33	4	4	4	12	4,00	5
3	4	10	3,33	31	3,44	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	31	3,44	4	4	3	11	3,67	4
4	5	13	4,33	36	4,00	4	3	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	32	3,56	3	5	5	13	4,33	4
3	3	10	3,33	31	3,44	4	3	3	10	3,33	3	3	3	9	3,00	4	3	3	10	3,33	29	3,22	3	4	4	11	3,67	4
3	4	10	3,33	32	3,56	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	5	5	13	4,33	5
5	4	13	4,33	40	4,44	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4
4	4	11	3,67	35	3,89	3	3	3	9	3,00	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	30	3,33	4	4	4	12	4,00	4
4	4	11	3,67	31	3,44	4	3	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	3	3	4	10	3,33	30	3,33	4	4	4	12	4,00	4
3	3	9	3,00	30	3,33	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	3	4	3	10	3,33	31	3,44	4	4	4	12	4,00	4
4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	31	3,44	4	4	4	12	4,00	3
3	3	9	3,00	30	3,33	3	3	4	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	29	3,22	4	4	3	11	3,67	4
4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	5
4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	5	4	13	4,33	5
3,88	3,91	11,58	3,86	34,98	3,89	3,81	3,84	3,88	11,53	3,84	3,83	3,85	3,86	11,53	3,84	3,81	3,79	3,89	11,49	3,83	34,55	3,84	3,99	4,08	4,15	12,23	4,08	4,06

Y1 (INOVASI)									Y2 (ORIENTASI PEMBELAJARAN)														Grand	Grand				
Y1.2		Total	Rerata	Y1.3			Total	Rerata	Grand Total	Grand Rerata	Y2.1			Total	Rerata	Y2.2			Total	Rerata	Y2.3			Total	Rerata	Grand Total	Grand Rerata	1
2	3			1	2	3					1	2	3			1	2	3			1	2	3					
4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	39	4,33	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	40	4,44	4
5	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	40	4,44	4	5	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	40	4,44	4
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	3
4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	38	4,22	5	4	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	5	5	4	14	4,67	41	4,56	3
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	38	4,22	3
4	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	40	4,44	4	5	4	13	4,33	3	4	5	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	3
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33	39	4,33	5
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	3	3	11	3,67	35	3,89	3
4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	3	12	4,00	37	4,11	5
5	4	13	4,33	5	5	3	13	4,33	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67	40	4,44	5
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	37	4,11	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	5	5	3	13	4,33	38	4,22	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	5
4	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4
5	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	40	4,44	4	5	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	40	4,44	5
4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	5
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11	4
4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78	3
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	5	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4
4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	3	4	4	11	3,67	5	3	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	33	3,67	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4	5	5	14	4,67	4	5	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	41	4,56	4
5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4
4	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67	40	4,44	5
3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	34	3,78	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4

4	4	11	3,67	4	4	5	13	4,33	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	35	3,89	4
4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	39	4,33	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4
4	3	11	3,67	3	4	3	10	3,33	31	3,44	4	4	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	33	3,67	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	5	5	4	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	40	4,44	4
4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	33	3,67	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89	4
3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4
4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	5
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4
4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	37	4,11	5	4	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4
4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4
3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	32	3,56	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	34	3,78	4
4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	36	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	5
4	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	34	3,78	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4
5	4	13	4,33	3	3	4	10	3,33	35	3,89	4	3	5	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	5
4	4	12	4,00	3	3	5	11	3,67	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11	4
4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	34	3,78	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67	32	3,56	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	3	3	4	10	3,33	5	5	3	13	4,33	35	3,89	4
3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	5	3	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4
4	3	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	33	3,67	4
4	4	12	4,00	4	3	3	10	3,33	33	3,67	3	3	4	10	3,33	4	4	3	11	3,67	3	4	3	10	3,33	31	3,44	4
4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	34	3,78	3	4	4	11	3,67	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	29	3,22	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	3	5	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	5	5	3	13	4,33	35	3,89	5
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	5	4	4	13	4,33	3	4	5	12	4,00	5	5	3	13	4,33	38	4,22	5
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	34	3,78	3	4	4	11	3,67	3	4	5	12	4,00	5	5	3	13	4,33	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	5	12	4,00	5	5	3	13	4,33	37	4,11	3
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	5	12	4,00	5	5	3	13	4,33	37	4,11	3

4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	35	3,89	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4
5	4	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33	4
4	3	11	3,67	4	3	3	10	3,33	32	3,56	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	3	4	11	3,67	37	4,11	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	3	4	3	10	3,33	31	3,44	3
4	4	13	4,33	5	5	3	13	4,33	39	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	5	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89	3	3	4	10	3,33	3	4	3	10	3,33	4	4	5	13	4,33	33	3,67	3
4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67	35	3,89	3	3	4	10	3,33	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	31	3,44	3
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	34	3,78	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	33	3,67	3
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	32	3,56	4
3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	33	3,67	4	4	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	3	3	10	3,33	31	3,44	4
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4
4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	3	5	5	13	4,33	5	3	5	13	4,33	5	5	3	13	4,33	39	4,33	4
3	4	10	3,33	3	4	3	10	3,33	31	3,44	4	4	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	4	3	11	3,67	32	3,56	4
4	3	10	3,33	5	5	3	13	4,33	37	4,11	3	3	4	10	3,33	3	4	3	10	3,33	3	4	5	12	4,00	32	3,56	3
3	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	31	3,44	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	32	3,56	3
3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	34	3,78	4	3	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	4	4	3	11	3,67	31	3,44	4
3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	33	3,67	4	4	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	32	3,56	4
4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67	34	3,78	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	3	3	10	3,33	33	3,67	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11	3	4	4	11	3,67	3	3	4	10	3,33	4	4	3	11	3,67	32	3,56	4
4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	38	4,22	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	33	3,67	3
3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67	33	3,67	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	3	4	5	12	4,00	34	3,78	3
4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	3	10	3,33	34	3,78	4
3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	32	3,56	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4
5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33	40	4,44	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33	38	4,22	4
5	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	39	4,33	4
4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	35	3,89	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89	3	5	5	13	4,33	5	3	5	13	4,33	5	5	3	13	4,33	39	4,33	4
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00	4
4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11	4
4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	34	3,78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	35	3,89	4
5	4	14	4,67	5	5	4	14	4,67	41	4,56	4	5	5	14	4,67	5	5	4	14	4,67	4	4	5	13	4,33	41	4,56	4
5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33	40	4,44	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	38	4,22	4
4,01	3,88	11,95	3,98	4,03	3,99	3,97	11,99	4,00	36,17	4,02	3,93	4,03	4,11	12,08	4,03	3,91	3,99	4,01	11,91	3,97	4,03	4,09	3,91	12,03	4,01	36,01	4,00	3,96

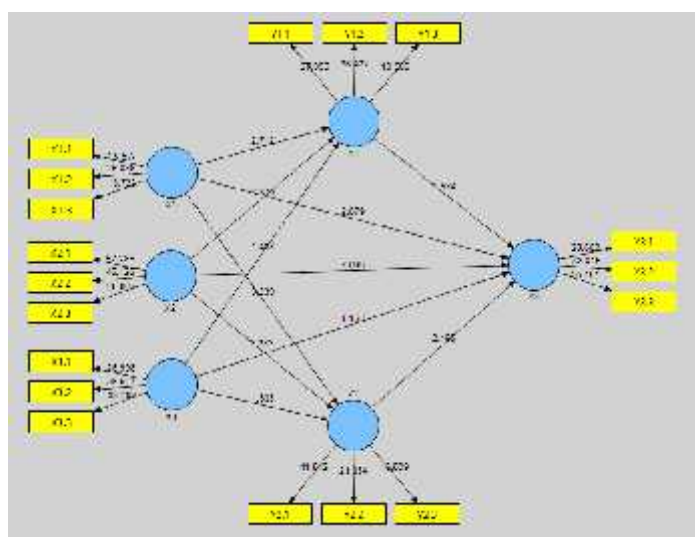
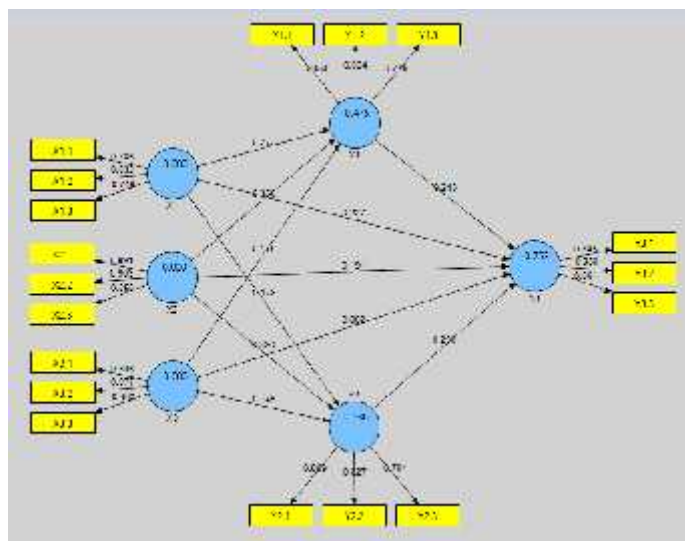
Y3 (KINERJA BISNIS)														Grand Total	Grand Rerata
Y3.1		Total	Rerata	Y3.2			Total	Rerata	Y3.3			Total	Rerata		
2	3			1	2	3			1	2	3				
4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	4	5	4	13	4,33	40	4,44
4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	4	5	5	14	4,67	41	4,56
4	5	12	4,00	4	4	5	13	4,33	5	4	3	12	4,00	37	4,11
4	5	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	38	4,22
4	5	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	5	12	4,00	4	5	5	14	4,67	5	3	4	12	4,00	38	4,22
4	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	40	4,44
4	4	11	3,67	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	32	3,56
4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22
4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	5	14	4,67	39	4,33
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	38	4,22
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	38	4,22
4	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	41	4,56
4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	40	4,44
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	38	4,22
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	34	3,78
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33
4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	35	3,89
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4	5	5	14	4,67	41	4,56
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	39	4,33
4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	40	4,44
3	4	11	3,67	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	33	3,67
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
3	4	11	3,67	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	32	3,56

4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11
3	3	10	3,33	3	3	3	9	3,00	3	3	4	10	3,33	29	3,22
4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	40	4,44
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	40	4,44
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	40	4,44
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	35	3,89
4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	40	4,44
4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	40	4,44
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	38	4,22
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	38	4,22
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	38	4,22
5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	39	4,33
5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	40	4,44
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	35	3,89
5	5	14	4,67	5	5	4	14	4,67	4	4	5	13	4,33	41	4,56
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	3	3	4	10	3,33	33	3,67
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
5	4	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	38	4,22
5	5	14	4,67	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22
4	4	13	4,33	4	5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	39	4,33
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	38	4,22
4	3	11	3,67	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	32	3,56
5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	39	4,33
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	5	3	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	37	4,11
4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00	30	3,33
4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	38	4,22
4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	4	13	4,33	38	4,22
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67	34	3,78
4	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	31	3,44
4	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	31	3,44

4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	38	4,22
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	37	4,11
4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	3	4	5	12	4,00	39	4,33
4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	3	4	5	12	4,00	39	4,33
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
5	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	40	4,44
4	4	11	3,67	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	34	3,78
4	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	31	3,44
3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	3	4	4	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67	34	3,78
4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	5	4	5	14	4,67	40	4,44
5	5	14	4,67	5	4	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	40	4,44
3	3	10	3,33	4	3	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	30	3,33
4	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	31	3,44
3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	3	3	3	9	3,00	32	3,56
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	5	13	4,33	38	4,22
3	3	10	3,33	4	3	3	10	3,33	3	4	3	10	3,33	30	3,33
4	3	10	3,33	3	3	4	10	3,33	4	3	4	11	3,67	31	3,44
3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00	37	4,11
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	3	3	3	9	3,00	32	3,56
4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	39	4,33
5	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00	4	4	5	13	4,33	39	4,33
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	36	4,00
4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	35	3,89
4	4	12	4,00	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67	33	3,67
4	4	12	4,00	4	4	3	11	3,67	3	4	4	11	3,67	34	3,78
4	5	13	4,33	4	5	5	14	4,67	5	5	4	14	4,67	41	4,56
5	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67	41	4,56
4,00	4,19	12,15	4,05	4,03	3,98	4,07	12,07	4,02	4,00	4,00	4,21	12,21	4,07	36,43	4,05



LAMPIRAN PLS 2.0 M3 DAN SPSS 25



### Inner Model T-Statistic

	X1	X2	X3	Y1
X1				2.711882
X2				3.379021
X3				1.467923
Y1				
Y2				
Y3				

	Y2	Y3
X1	3.239188	2.679286
X2	3.282884	2.085599
X3	1.338233	1.167986
Y1		2.583722
Y2		2.495501
Y3		

### Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
X1 -> Y1	0.272775	0.286873	0.100585	0.100585
X1 -> Y2	0.377528	0.387906	0.116550	0.116550
X1 -> Y3	0.402825	0.404339	0.092717	0.092717
X2 -> Y1	0.356416	0.353883	0.105479	0.105479
X2 -> Y2	0.330086	0.324375	0.100548	0.100548
X2 -> Y3	0.373578	0.384815	0.091496	0.091496
X3 -> Y1	0.174906	0.167063	0.119152	0.119152
X3 -> Y2	0.144952	0.147666	0.108316	0.108316
X3 -> Y3	0.167024	0.153687	0.099806	0.099806
Y1 -> Y3	0.243441	0.258535	0.094221	0.094221
Y2 -> Y3	0.290451	0.275709	0.116390	0.116390

	T Statistics ( O/STERR )
X1 -> Y1	2.711882
X1 -> Y2	3.239188
X1 -> Y3	4.344680
X2 -> Y1	3.379021
X2 -> Y2	3.282884

X2 -> Y3	4.082998
X3 -> Y1	1.467923
X3 -> Y2	1.338233
X3 -> Y3	1.673484
Y1 -> Y3	2.583722
Y2 -> Y3	2.495501

### Outer Model T-Statistic

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	15.573925			
X1.2	25.886461			
X1.3	13.721866			
X2.1		57.284885		
X2.2		45.125196		
X2.3		28.686898		
X3.1			26.997871	
X3.2			39.617135	
X3.3			33.209124	
Y1.1				27.955230
Y1.2				26.421536
Y1.3				10.585723
Y2.1				
Y2.2				
Y2.3				
Y3.1				
Y3.2				
Y3.3				

	Y2	Y3
X1.1		
X1.2		
X1.3		
X2.1		
X2.2		
X2.3		
X3.1		
X3.2		
X3.3		
Y1.1		
Y1.2		

Y1.3		
Y2.1	41.511760	
Y2.2	21.383552	
Y2.3	16.508874	
Y3.1		28.662223
Y3.2		33.814819
Y3.3		35.151487

### Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
X1 -> Y1	0.272775	0.286873	0.100585	0.100585
X1 -> Y2	0.377528	0.387906	0.116550	0.116550
X1 -> Y3	0.226767	0.227964	0.084637	0.084637
X2 -> Y1	0.356416	0.353883	0.105479	0.105479
X2 -> Y2	0.330086	0.324375	0.100548	0.100548
X2 -> Y3	0.190938	0.200663	0.091551	0.091551
X3 -> Y1	0.174906	0.167063	0.119152	0.119152
X3 -> Y2	0.144952	0.147666	0.108316	0.108316
X3 -> Y3	0.082343	0.067793	0.070500	0.070500
Y1 -> Y3	0.243441	0.258535	0.094221	0.094221
Y2 -> Y3	0.290451	0.275709	0.116390	0.116390

	T Statistics ( O/STERR )
X1 -> Y1	2.711882
X1 -> Y2	3.239188
X1 -> Y3	2.679286
X2 -> Y1	3.379021
X2 -> Y2	3.282884
X2 -> Y3	2.085599
X3 -> Y1	1.467923
X3 -> Y2	1.338233
X3 -> Y3	1.167986
Y1 -> Y3	2.583722
Y2 -> Y3	2.495501

## Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
X1.1 <- X1	0.416954	0.414239	0.038057	0.038057
X1.2 <- X1	0.482896	0.484351	0.044615	0.044615
X1.3 <- X1	0.361550	0.362896	0.036247	0.036247
X2.1 <- X2	0.388384	0.386320	0.023459	0.023459
X2.2 <- X2	0.391649	0.391354	0.020339	0.020339
X2.3 <- X2	0.350682	0.350326	0.021093	0.021093
X3.1 <- X3	0.393659	0.395657	0.031032	0.031032
X3.2 <- X3	0.380681	0.375761	0.026105	0.026105
X3.3 <- X3	0.386556	0.387717	0.030699	0.030699
Y1.1 <- Y1	0.493665	0.489096	0.042890	0.042890
Y1.2 <- Y1	0.421861	0.420989	0.032339	0.032339
Y1.3 <- Y1	0.310151	0.309380	0.040787	0.040787
Y2.1 <- Y2	0.459412	0.458254	0.027580	0.027580
Y2.2 <- Y2	0.382633	0.383000	0.023643	0.023643
Y2.3 <- Y2	0.358214	0.357679	0.029385	0.029385
Y3.1 <- Y3	0.389366	0.387322	0.018775	0.018775
Y3.2 <- Y3	0.397574	0.395975	0.020386	0.020386
Y3.3 <- Y3	0.383003	0.384311	0.016164	0.016164

	T Statistics ( O/STERR )
X1.1 <- X1	10.956099
X1.2 <- X1	10.823527
X1.3 <- X1	9.974708
X2.1 <- X2	16.555791
X2.2 <- X2	19.255583
X2.3 <- X2	16.625414
X3.1 <- X3	12.685759
X3.2 <- X3	14.582720
X3.3 <- X3	12.592000
Y1.1 <- Y1	11.510107
Y1.2 <- Y1	13.044797
Y1.3 <- Y1	7.604182
Y2.1 <- Y2	16.657145
Y2.2 <- Y2	16.184002
Y2.3 <- Y2	12.190465

Y3.1 <- Y3	20.738792
Y3.2 <- Y3	19.502250
Y3.3 <- Y3	23.694649

### Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
X1.1 <- X1	0.785992	0.781229	0.050468	0.050468
X1.2 <- X1	0.832271	0.832709	0.032151	0.032151
X1.3 <- X1	0.747827	0.746870	0.054499	0.054499
X2.1 <- X2	0.891282	0.890532	0.015559	0.015559
X2.2 <- X2	0.902588	0.905554	0.020002	0.020002
X2.3 <- X2	0.856453	0.860175	0.029855	0.029855
X3.1 <- X3	0.845714	0.849948	0.031325	0.031325
X3.2 <- X3	0.877131	0.875800	0.022140	0.022140
X3.3 <- X3	0.861893	0.861351	0.025954	0.025954
Y1.1 <- Y1	0.853434	0.855149	0.030529	0.030529
Y1.2 <- Y1	0.824341	0.829196	0.031200	0.031200
Y1.3 <- Y1	0.744582	0.742370	0.070338	0.070338
Y2.1 <- Y2	0.869046	0.869434	0.020935	0.020935
Y2.2 <- Y2	0.826594	0.827670	0.038656	0.038656
Y2.3 <- Y2	0.794129	0.792136	0.048103	0.048103
Y3.1 <- Y3	0.844792	0.846369	0.029474	0.029474
Y3.2 <- Y3	0.858933	0.858846	0.025401	0.025401
Y3.3 <- Y3	0.860510	0.862972	0.024480	0.024480

	T Statistics ( O/STERR )
X1.1 <- X1	15.573925
X1.2 <- X1	25.886461
X1.3 <- X1	13.721866
X2.1 <- X2	57.284885
X2.2 <- X2	45.125196
X2.3 <- X2	28.686898
X3.1 <- X3	26.997871
X3.2 <- X3	39.617135
X3.3 <- X3	33.209124
Y1.1 <- Y1	27.955230
Y1.2 <- Y1	26.421536
Y1.3 <- Y1	10.585723

Y2.1 <- Y2	41.511760
Y2.2 <- Y2	21.383552
Y2.3 <- Y2	16.508874
Y3.1 <- Y3	28.662223
Y3.2 <- Y3	33.814819
Y3.3 <- Y3	35.151487

## Structural Model Specification

### PLS

Quality Criteria

### Overview

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha
X1	0.623235	0.832018		0.699489
X2	0.780853	0.914414		0.859605
X3	0.742484	0.896350		0.826458
Y1	0.654096	0.849727	0.475393	0.740153
Y2	0.689713	0.869441	0.536426	0.775876
Y3	0.730639	0.890554	0.753456	0.815649

	Communality	Redundancy
X1	0.623234	
X2	0.780853	
X3	0.742484	
Y1	0.654096	0.155186
Y2	0.689713	0.236446
Y3	0.730639	0.197048

## Redundancy

	redundancy
X1	
X2	
X3	
Y1	0.155186
Y2	0.236446
Y3	0.197048

## Cronbachs Alpha

	Cronbachs Alpha
X1	0.699489
X2	0.859605
X3	0.826458
Y1	0.740153
Y2	0.775876
Y3	0.815649

## Latent Variable Correlations

	X1	X2	X3	Y1
X1	1.000000			
X2	0.564060	1.000000		
X3	0.572803	0.633858	1.000000	
Y1	0.574001	0.621143	0.557069	1.000000
Y2	0.646745	0.634914	0.570429	0.697556
Y3	0.709217	0.706665	0.634559	0.740682



	Y2	Y3
X1		
X2		
X3		
Y1		
Y2	1.000000	
Y3	0.775125	1.000000

### R Square

	R Square
X1	
X2	
X3	
Y1	0.475393
Y2	0.536426
Y3	0.753456

### Cross Loadings

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	0.785992	0.441263	0.411351	0.454391
X1.2	0.832271	0.480284	0.487601	0.544942
X1.3	0.747827	0.409753	0.458658	0.335753
X2.1	0.529968	0.891282	0.584958	0.529782
X2.2	0.485821	0.902588	0.561003	0.620258
X2.3	0.478943	0.856453	0.533115	0.491786

X3.1	0.552752	0.521053	0.845714	0.495203
X3.2	0.439285	0.536161	0.877131	0.466906
X3.3	0.486295	0.581119	0.861893	0.476997
Y1.1	0.515655	0.580627	0.521214	0.853434
Y1.2	0.456181	0.511131	0.459677	0.824341
Y1.3	0.409466	0.383303	0.341270	0.744582
Y2.1	0.619837	0.605964	0.530580	0.649332
Y2.2	0.513397	0.420718	0.466797	0.513538
Y2.3	0.462135	0.545892	0.413336	0.566000
Y3.1	0.671190	0.632932	0.525246	0.596956
Y3.2	0.621968	0.568668	0.575384	0.640381
Y3.3	0.523757	0.611316	0.525553	0.662265

	Y2	Y3
X1.1	0.502018	0.541829
X1.2	0.573200	0.619888
X1.3	0.444285	0.508803
X2.1	0.597880	0.654561
X2.2	0.565302	0.618237
X2.3	0.517012	0.599723
X3.1	0.462832	0.582910
X3.2	0.479027	0.545928
X3.3	0.532588	0.510318
Y1.1	0.626750	0.725527
Y1.2	0.558525	0.603713

Y1.3	0.491800	0.412162
Y2.1	0.869046	0.728361
Y2.2	0.826594	0.639128
Y2.3	0.794129	0.547037
Y3.1	0.623915	0.844792
Y3.2	0.700639	0.858933
Y3.3	0.662236	0.860510

### AVE

	AVE
X1	0.623235
X2	0.780853
X3	0.742484
Y1	0.654096
Y2	0.689713
Y3	0.730639

### Communality

	communality
X1	0.623234
X2	0.780853
X3	0.742484
Y1	0.654096
Y2	0.689713
Y3	0.730639

## Total Effects

	X1	X2	X3	Y1
X1				0.272775
X2				0.356416
X3				0.174906
Y1				
Y2				
Y3				

	Y2	Y3
X1	0.377528	0.402825
X2	0.330086	0.373578
X3	0.144952	0.167024
Y1		0.243441
Y2		0.290451
Y3		

## Composite Reliability

	Composite Reliability
X1	0.832018
X2	0.914414
X3	0.896350
Y1	0.849727
Y2	0.869441
Y3	0.890554

## Outer Loadings

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	0.785992			
X1.2	0.832271			
X1.3	0.747827			
X2.1		0.891282		
X2.2		0.902588		
X2.3		0.856453		
X3.1			0.845714	
X3.2			0.877131	
X3.3			0.861893	
Y1.1				0.853434
Y1.2				0.824341
Y1.3				0.744582
Y2.1				
Y2.2				
Y2.3				
Y3.1				
Y3.2				
Y3.3				

	Y2	Y3
X1.1		
X1.2		
X1.3		
X2.1		
X2.2		
X2.3		
X3.1		
X3.2		
X3.3		
Y1.1		
Y1.2		
Y1.3		
Y2.1	0.869046	
Y2.2	0.826594	
Y2.3	0.794129	
Y3.1		0.844792
Y3.2		0.858933

Y3.3		0.860510
------	--	----------

## Outer Model (Weights or Loadings)

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	0.785992			
X1.2	0.832271			
X1.3	0.747827			
X2.1		0.891282		
X2.2		0.902588		
X2.3		0.856453		
X3.1			0.845714	
X3.2			0.877131	
X3.3			0.861893	
Y1.1				0.853434
Y1.2				0.824341
Y1.3				0.744582
Y2.1				
Y2.2				
Y2.3				
Y3.1				
Y3.2				
Y3.3				

	Y2	Y3
X1.1		
X1.2		
X1.3		
X2.1		
X2.2		
X2.3		
X3.1		
X3.2		
X3.3		
Y1.1		
Y1.2		
Y1.3		
Y2.1	0.869046	
Y2.2	0.826594	
Y2.3	0.794129	
Y3.1		0.844792

Y3.2		0.858933
Y3.3		0.860510

### Path Coefficients

	X1	X2	X3	Y1
X1				0.272775
X2				0.356416
X3				0.174906
Y1				
Y2				
Y3				

	Y2	Y3
X1	0.377528	0.226767
X2	0.330086	0.190938
X3	0.144952	0.082343
Y1		0.243441
Y2		0.290451
Y3		

### Outer Weights

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	0.416954			
X1.2	0.482896			
X1.3	0.361550			
X2.1		0.388384		
X2.2		0.391649		
X2.3		0.350682		
X3.1			0.393659	
X3.2			0.380681	
X3.3			0.386556	
Y1.1				0.493665
Y1.2				0.421861
Y1.3				0.310151
Y2.1				
Y2.2				
Y2.3				
Y3.1				

Y3.2				
Y3.3				

	Y2	Y3
X1.1		
X1.2		
X1.3		
X2.1		
X2.2		
X2.3		
X3.1		
X3.2		
X3.3		
Y1.1		
Y1.2		
Y1.3		
Y2.1	0.459412	
Y2.2	0.382633	
Y2.3	0.358214	
Y3.1		0.389366
Y3.2		0.397574
Y3.3		0.383003

Index Values

Results

Measurement Model (restandardised)

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	2.584988			
X1.2	2.490419			
X1.3	2.395051			
X2.1		2.633452		
X2.2		2.495098		
X2.3		2.229437		



X3.1			2.015708	
X3.2			2.126023	
X3.3			2.145733	
Y1.1				3.129810
Y1.2				2.736198
Y1.3				2.631633
Y2.1				
Y2.2				
Y2.3				
Y3.1				
Y3.2				
Y3.3				

	Y2	Y3
X1.1		
X1.2		
X1.3		
X2.1		
X2.2		
X2.3		
X3.1		
X3.2		
X3.3		
Y1.1		
Y1.2		

Y1.3		
Y2.1	2.844207	
Y2.2	2.419374	
Y2.3	2.339720	
Y3.1		2.419454
Y3.2		2.340455
Y3.3		2.238151

### Path Coefficients

	X1	X2	X3	Y1
X1				0.239802
X2				0.308616
X3				0.129414
Y1				
Y2				
Y3				

	Y2	Y3
X1	0.370932	0.242074
X2	0.319436	0.200759
X3	0.119867	0.073982
Y1		0.295607
Y2		0.315571
Y3		

## Measurement Model

	X1	X2	X3	Y1
X1.1	0.346028			
X1.2	0.333369			
X1.3	0.320603			
X2.1		0.357904		
X2.2		0.339101		
X2.3		0.302996		
X3.1			0.320592	
X3.2			0.338137	
X3.3			0.341272	
Y1.1				0.368315
Y1.2				0.321995
Y1.3				0.309690
Y2.1				
Y2.2				
Y2.3				
Y3.1				
Y3.2				
Y3.3				

	Y2	Y3
X1.1		
X1.2		
X1.3		

X2.1		
X2.2		
X2.3		
X3.1		
X3.2		
X3.3		
Y1.1		
Y1.2		
Y1.3		
Y2.1	0.374075	
Y2.2	0.318200	
Y2.3	0.307724	
Y3.1		0.345732
Y3.2		0.334443
Y3.3		0.319825

### Index Values for Latent Variables

	LV Index Values
X1	4.031513
X2	3.882581
X3	3.840246
Y1	4.015329
Y2	4.002910
Y3	4.048565

## UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 30 SAMPEL (PILOT TEST)

### Uji Validitas Variabel X1

Correlations		Total X1
X1.1	Pearson Correlation	.626**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X1.2	Pearson Correlation	.743**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X1.3	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X1.4	Pearson Correlation	.820**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X1.5	Pearson Correlation	.590**
	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	30
X1.6	Pearson Correlation	.695**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X1.7	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X1.8	Pearson Correlation	.745**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30

X1.9	Pearson Correlation	.703**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Total X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas Variabel X1

### Reliability Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	9

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.17	.461	30
X1.2	4.00	.455	30
X1.3	4.10	.481	30
X1.4	4.13	.507	30
X1.5	4.07	.583	30
X1.6	4.00	.455	30
X1.7	4.10	.481	30
X1.8	4.07	.521	30
X1.9	4.07	.521	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	32.53	8.395	.525	.868
X1.2	32.70	8.079	.667	.857
X1.3	32.60	8.248	.555	.866
X1.4	32.57	7.633	.756	.848
X1.5	32.63	8.171	.449	.879
X1.6	32.70	8.217	.608	.862
X1.7	32.60	7.766	.752	.849
X1.8	32.63	7.826	.656	.857
X1.9	32.63	7.964	.604	.862

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.70	10.010	3.164	9

### Uji Validitas Variabel X2

#### Correlations

		Total X2
X2.1	Pearson Correlation	.669**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.2	Pearson Correlation	.642**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.3	Pearson Correlation	.818**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.4	Pearson Correlation	.791**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.5	Pearson Correlation	.572**

	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	30
X2.6	Pearson Correlation	.707**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.7	Pearson Correlation	.639**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.8	Pearson Correlation	.820**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X2.9	Pearson Correlation	.647**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Total X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas Variabel X2

### Reliability Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	9

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	3.87	.571	30
X2.2	3.97	.556	30
X2.3	3.97	.615	30
X2.4	4.17	.461	30
X2.5	4.23	.568	30
X2.6	4.00	.525	30
X2.7	3.93	.521	30
X2.8	4.27	.640	30
X2.9	4.13	.571	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	32.67	10.092	.564	.859
X2.2	32.57	10.254	.534	.862
X2.3	32.57	9.289	.746	.841
X2.4	32.37	10.102	.733	.847
X2.5	32.30	10.493	.448	.870
X2.6	32.53	10.120	.619	.854
X2.7	32.60	10.386	.538	.861
X2.8	32.27	9.168	.745	.841
X2.9	32.40	10.179	.537	.862

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.53	12.464	3.530	9

### Uji Validitas Variabel X3

<b>Correlations</b>		Total X3
X3.1	Pearson Correlation	.831**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.2	Pearson Correlation	.644**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.3	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.4	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.5	Pearson Correlation	.691**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.6	Pearson Correlation	.791**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.7	Pearson Correlation	.644**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.8	Pearson Correlation	.701**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
X3.9	Pearson Correlation	.780**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30

	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Total X3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas Variabel X1

### Reliability Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	9

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.07	.521	30
X3.2	4.07	.450	30
X3.3	3.90	.548	30
X3.4	4.07	.365	30
X3.5	4.17	.531	30
X3.6	4.07	.450	30
X3.7	4.03	.490	30
X3.8	4.00	.643	30
X3.9	3.97	.414	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	32.27	7.375	.767	.841
X3.2	32.27	8.202	.548	.862
X3.3	32.43	7.909	.522	.866
X3.4	32.27	8.409	.601	.860
X3.5	32.17	7.799	.586	.859
X3.6	32.27	7.789	.727	.847
X3.7	32.30	8.079	.537	.863
X3.8	32.33	7.402	.571	.865
X3.9	32.37	7.964	.719	.849

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.33	9.816	3.133	9

### Uji Validitas Variabel Y1

#### Correlations

		Total Y1
Y1.1	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y1.2	Pearson Correlation	.555**
	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	30
Y1.3	Pearson Correlation	.789**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y1.4	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y1.5	Pearson Correlation	.748**

	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y1.6	Pearson Correlation	.502**
	Sig. (2-tailed)	0.005
	N	30
Y1.7	Pearson Correlation	.789**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y1.8	Pearson Correlation	.687**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y1.9	Pearson Correlation	.633**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Total Y1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas Variabel Y1

### Reliability Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	9

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Y1.1	4.07	.521	30
Y1.2	4.13	.434	30
Y1.3	3.87	.507	30
Y1.4	4.07	.365	30
Y1.5	4.10	.607	30
Y1.6	3.83	.531	30
Y1.7	4.03	.556	30
Y1.8	4.00	.643	30
Y1.9	4.17	.592	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	32.20	8.441	.675	.831
Y1.2	32.13	9.361	.453	.852
Y1.3	32.40	8.386	.718	.827
Y1.4	32.20	9.131	.675	.837
Y1.5	32.17	8.144	.647	.833
Y1.6	32.43	9.289	.366	.861
Y1.7	32.23	8.185	.710	.827
Y1.8	32.27	8.271	.559	.844
Y1.9	32.10	8.645	.505	.849

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.27	10.754	3.279	9

**Uji Validitas Variabel Y2**

<b>Correlations</b>		Total Y2
Y2.1	Pearson Correlation	.721**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.2	Pearson Correlation	.649**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.3	Pearson Correlation	.684**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.4	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.5	Pearson Correlation	.765**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.6	Pearson Correlation	.737**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.7	Pearson Correlation	.777**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y2.8	Pearson Correlation	.700**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30

Y2.9	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Total Y2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas Variabel Y2

### Reliability Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	9

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y2.1	4.00	.455	30
Y2.2	4.10	.481	30
Y2.3	3.83	.461	30
Y2.4	4.10	.403	30
Y2.5	4.07	.521	30
Y2.6	3.90	.481	30
Y2.7	4.03	.556	30
Y2.8	3.93	.640	30
Y2.9	4.20	.610	30



### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	32.17	8.695	.643	.854
Y2.2	32.07	8.823	.551	.861
Y2.3	32.33	8.782	.597	.857
Y2.4	32.07	9.030	.593	.859
Y2.5	32.10	8.300	.685	.849
Y2.6	32.27	8.547	.658	.852
Y2.7	32.13	8.120	.694	.848
Y2.8	32.23	8.116	.576	.862
Y2.9	31.97	8.378	.531	.865

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.17	10.626	3.260	9

### Uji Validitas Variabel Y3

#### Correlations

		Total Y3
Y3.1	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y3.2	Pearson Correlation	.690**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y3.3	Pearson Correlation	.716**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y3.4	Pearson Correlation	.605**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y3.5	Pearson Correlation	.577**

	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	30
Y3.6	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	30
Y3.7	Pearson Correlation	.653**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y3.8	Pearson Correlation	.787**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Y3.9	Pearson Correlation	.662**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	30
Total Y3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### **Uji Reliabilitas Variabel Y3**

#### **Reliability Scale: ALL VARIABLES**

##### **Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	9

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Y3.1	3.90	.607	30
Y3.2	4.10	.548	30
Y3.3	4.07	.521	30
Y3.4	4.27	.583	30
Y3.5	3.90	.481	30
Y3.6	4.17	.531	30
Y3.7	4.10	.548	30
Y3.8	4.20	.551	30
Y3.9	3.80	.761	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y3.1	32.60	9.076	.618	.815
Y3.2	32.40	9.421	.591	.818
Y3.3	32.43	9.426	.628	.815
Y3.4	32.23	9.633	.479	.830
Y3.5	32.60	10.041	.471	.830
Y3.6	32.33	9.885	.462	.831
Y3.7	32.40	9.559	.546	.823
Y3.8	32.30	9.045	.712	.805
Y3.9	32.70	8.838	.506	.833

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.50	11.707	3.422	9

## FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN

### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	10.0	10.0	10.0
	S	95	79.2	79.2	89.2
	SS	13	10.8	10.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	13.3	13.3	13.3
	S	86	71.7	71.7	85.0
	SS	18	15.0	15.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	9	7.5	7.5	7.5
	S	83	69.2	69.2	76.7
	SS	28	23.3	23.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	11.7	11.7	11.7
	S	87	72.5	72.5	84.2
	SS	19	15.8	15.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	14.2	14.2	14.2
	S	96	80.0	80.0	94.2
	SS	7	5.8	5.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.8	.8	.8
	CS	15	12.5	12.5	13.3
	S	83	69.2	69.2	82.5
	SS	21	17.5	17.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	8	6.7	6.7	6.7
	S	89	74.2	74.2	80.8
	SS	23	19.2	19.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	18	15.0	15.0	15.0
	S	78	65.0	65.0	80.0
	SS	24	20.0	20.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X1.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	11.7	11.7	11.7
	S	99	82.5	82.5	94.2
	SS	7	5.8	5.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	26	21.7	21.7	21.7
	S	85	70.8	70.8	92.5
	SS	9	7.5	7.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	19	15.8	15.8	15.8
	S	89	74.2	74.2	90.0
	SS	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	20	16.7	16.7	16.7
	S	94	78.3	78.3	95.0
	SS	6	5.0	5.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	22	18.3	18.3	18.3
	S	87	72.5	72.5	90.8
	SS	11	9.2	9.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	28	23.3	23.3	23.3
	S	80	66.7	66.7	90.0
	SS	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	18	15.0	15.0	15.0
	S	91	75.8	75.8	90.8
	SS	11	9.2	9.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	29	24.2	24.2	24.2
	S	86	71.7	71.7	95.8
	SS	5	4.2	4.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	29	24.2	24.2	24.2
	S	77	64.2	64.2	88.3
	SS	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X2.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	19	15.8	15.8	15.8
	S	93	77.5	77.5	93.3
	SS	8	6.7	6.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	30	25.0	25.0	25.0
	S	83	69.2	69.2	94.2
	SS	7	5.8	5.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	33	27.5	27.5	27.5
	S	73	60.8	60.8	88.3
	SS	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	23	19.2	19.2	19.2
	S	89	74.2	74.2	93.3
	SS	8	6.7	6.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	27	22.5	22.5	22.5
	S	87	72.5	72.5	95.0
	SS	6	5.0	5.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	27	22.5	22.5	22.5
	S	84	70.0	70.0	92.5
	SS	9	7.5	7.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	27	22.5	22.5	22.5
	S	83	69.2	69.2	91.7
	SS	10	8.3	8.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	29	24.2	24.2	24.2
	S	85	70.8	70.8	95.0
	SS	6	5.0	5.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	



**X3.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	29	24.2	24.2	24.2
	S	87	72.5	72.5	96.7
	SS	4	3.3	3.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**X3.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	23	19.2	19.2	19.2
	S	87	72.5	72.5	91.7
	SS	10	8.3	8.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	12.5	12.5	12.5
	S	91	75.8	75.8	88.3
	SS	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	7	5.8	5.8	5.8
	S	96	80.0	80.0	85.8
	SS	17	14.2	14.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	9.2	9.2	9.2
	S	80	66.7	66.7	75.8
	SS	29	24.2	24.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	7	5.8	5.8	5.8
	S	99	82.5	82.5	88.3
	SS	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	9.2	9.2	9.2
	S	97	80.8	80.8	90.0
	SS	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	22	18.3	18.3	18.3
	S	90	75.0	75.0	93.3
	SS	8	6.7	6.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	10	8.3	8.3	8.3
	S	96	80.0	80.0	88.3
	SS	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	9.2	9.2	9.2
	S	99	82.5	82.5	91.7
	SS	10	8.3	8.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y1.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	14.2	14.2	14.2
	S	90	75.0	75.0	89.2
	SS	13	10.8	10.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	13.3	13.3	13.3
	S	96	80.0	80.0	93.3
	SS	8	6.7	6.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	9.2	9.2	9.2
	S	94	78.3	78.3	87.5
	SS	15	12.5	12.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	9.2	9.2	9.2
	S	85	70.8	70.8	80.0
	SS	24	20.0	20.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	23	19.2	19.2	19.2
	S	85	70.8	70.8	90.0
	SS	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	11.7	11.7	11.7
	S	93	77.5	77.5	89.2
	SS	13	10.8	10.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	12.5	12.5	12.5
	S	89	74.2	74.2	86.7
	SS	16	13.3	13.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	18	15.0	15.0	15.0
	S	81	67.5	67.5	82.5
	SS	21	17.5	17.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	9	7.5	7.5	7.5
	S	91	75.8	75.8	83.3
	SS	20	16.7	16.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y2.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	30	25.0	25.0	25.0
	S	71	59.2	59.2	84.2
	SS	19	15.8	15.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	14.2	14.2	14.2
	S	91	75.8	75.8	90.0
	SS	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	10	8.3	8.3	8.3
	S	100	83.3	83.3	91.7
	SS	10	8.3	8.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	10	8.3	8.3	8.3
	S	77	64.2	64.2	72.5
	SS	33	27.5	27.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	13	10.8	10.8	10.8
	S	91	75.8	75.8	86.7
	SS	16	13.3	13.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	12.5	12.5	12.5
	S	93	77.5	77.5	90.0
	SS	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	12.5	12.5	12.5
	S	82	68.3	68.3	80.8
	SS	23	19.2	19.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	11.7	11.7	11.7
	S	92	76.7	76.7	88.3
	SS	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Y3.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	13.3	13.3	13.3
	S	88	73.3	73.3	86.7
	SS	16	13.3	13.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

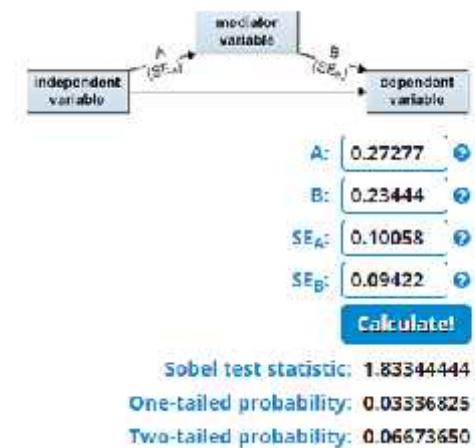
**Y3.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	13	10.8	10.8	10.8
	S	69	57.5	57.5	68.3
	SS	38	31.7	31.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

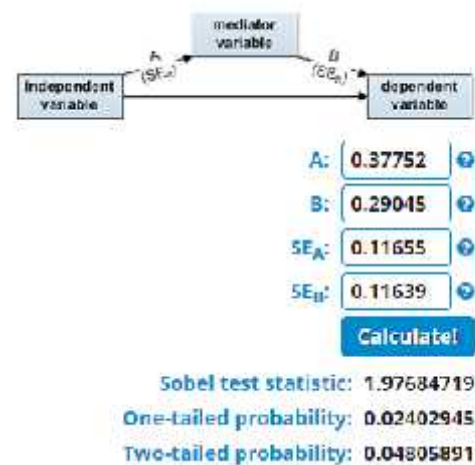
## UJI SOBEL

(<https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>)

### PENGARUH X1 TERHADAP Y3 MELALUI Y1



### PENGARUH X1 TERHADAP Y3 MELALUI Y2



### PENGARUH X2 TERHADAP Y3 MELALUI Y1



A: 0.35641  
 B: 0.23444  
 SE<sub>A</sub>: 0.10547  
 SE<sub>B</sub>: 0.09422

Calculate!

Sobel test statistic: 2.00365299  
 One-tailed probability: 0.02255362  
 Two-tailed probability: 0.04510724

### PENGARUH X2 TERHADAP Y3 MELALUI Y2

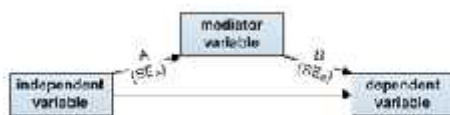


A: 0.33008  
 B: 0.29045  
 SE<sub>A</sub>: 0.10054  
 SE<sub>B</sub>: 0.11639

Calculate!

Sobel test statistic: 1.98671074  
 One-tailed probability: 0.02347723  
 Two-tailed probability: 0.04695446

### PENGARUH X3 TERHADAP Y3 MELALUI Y1



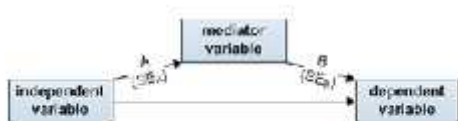
A: 0.17491  
 B: 0.23444  
 SE<sub>A</sub>: 0.11915  
 SE<sub>B</sub>: 0.09422

Calculate!

Sobel test statistic: 1.26434243  
 One-tailed probability: 0.10305357  
 Two-tailed probability: 0.20610715



## PENGARUH X3 TERHADAP Y3 MELALUI Y2

A: B: SE<sub>A</sub>: SE<sub>B</sub>: 

Sobel test statistic: 1.17939502

One-tailed probability: 0.11912046

Two-tailed probability: 0.23824092

### Mapping Penelitian Terdahulu (Keseluruhan)

No.	Penulis	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1.	Pamela, Isabel Maria Bodas, Roberto Fontana. 2019. Strategic orientation, innovation performance and the moderating influence of marketing management.	Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara orientasi strategis perusahaan, manajemen pemasaran dalam hal strategi bauran pemasaran, dan kinerja inovasi.	Tiga jenis orientasi strategis: pelanggan, teknologi, manajemen pemasaran dan kinerja inovasi	Hipotesis diuji pada sampel dari 1603 perusahaan manufaktur Perancis. Model diuji menggunakan SEM PLS	Menunjukkan orientasi pelanggan atau orientasi teknologi menjadikan perusahaan unggul dengan pelanggan. Terdapat efek positif moderasi dari manajemen pemasaran dalam meningkatkan keberhasilan inovasi untuk semua orientasi, orientasi teknologi memiliki pengaruh kuat . temuan penelitian ini menjelaskan, adanya efek moderat dari manajemen pemasaran pada hubungan antara orientasi dan kinerja meningkat karena lebih banyak elemen dari bauran pemasaran yang digunakan secara bersamaan.
2.	Akin Kocak, Alan.C arsrud, Sonyel Ofla zoglu. 2019. "Market, entrepreneurial, and technology orientations: impact on innovation and firm performance".	Tujuan dari makalah ini adalah untuk menguji pengaruh pasar, teknologi, dan orientasi kewirausahaan (EO) pada inovasi dan kinerja perusahaan. Ini menganalisis efek mediasi dari inovasi tambahan dan radikal dalam konteks perusahaan kewirausahaan di Turki.	Independen: MO (proactive dan responsive), TO, EO Mediasi: inovasi (incremental dan radical) Dependen: kinerja perusahaan (economies of scale, services, profit, sales, ROI)	Sampel 818 perusahaan kecil dan menengah di Turki. Untuk menguji model yang diusulkan, LISREL digunakan.	Orientasi pasar proaktif (MO) dan orientasi teknologi (TO) mengarah pada inovasi radikal, sementara MO responsif sangat memengaruhi inovasi tambahan. EO memengaruhi kinerja secara langsung dan tidak langsung melalui inovasi inkremental dan radikal. Temuan menunjukkan bahwa manajemen senior perusahaan, terutama di negara berkembang harus mendorong manajer pemasaran untuk fokus

					pada tren utama pasar, baik yang sudah ada maupun yang baru muncul. Manajer pemasaran ini harus mencari dan bekerja dengan pengguna utama untuk meningkatkan pengembangan produk radikal. Ini berarti bahwa mereka yang mengelola pemasaran perlu dididik dengan baik dalam teknologi, dan mereka juga harus memiliki MO yang proaktif.
3.	Yahya Al-Ansari, Marwan Altalib, Muna Sardoh. 2013. Technology Orientation, Innovation and Business Performance: A Study of Dubai SMEs.	Penelitian ini bertujuan orientasi teknologi berinteraksi dengan inovasi untuk mempengaruhi kinerja bisnis di perusahaan kecil dan menengah (UKM) di pasar yang sedang berkembang, yaitu Dubai di Uni Emirat Arab.	Variabel Independen: Orientasi teknologi. Inovasi Variabel dependen: Kinerja bisnis	Data survei dari 200 UKM Dubai, data dianalisis dengan menggunakan SEM	Data survei dari 200 UKM Dubai menunjukkan, pertama, bahwa orientasi teknologi memengaruhi inovasi dan tidak memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dan kedua, bahwa inovasi memengaruhi kinerja bisnis. Berdasarkan temuan ini, jalan penelitian masa depan diidentifikasi dan manajer UKM disarankan untuk mempertimbangkan inovasi sebagai faktor penengah untuk orientasi teknologi untuk mencapai kinerja bisnis yang lebih baik untuk perusahaan mereka.
4.	Risto, Rajala dan Mika, Westerlund. 2012. The Effects of Service	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh orientasi pelayanan, orientasi teknologi dan	Variabel dependen: orientasi pelayanan, orientasi teknologi dan inovasi	Data dari 179 perusahaan perangkat lunak	Hasil penelitian menunjukkan orientasi teknologi berpengaruh positif terhadap inovasi, Temuan penelitian mengungkapkan

	Orientation, Technology Orientation and Open Innovation on the Performance of Software-intensive Service Businesses.	inovasi terhadap kinerja perusahaan perangkat lunak	Variabel dependen: kinerja perusahaan perangkat lunak		bagaimana reaksi terhadap perubahan di seluruh industri termasuk peningkatan intensitas layanan, teknologi yang berubah, dan keterbukaan inovasi yang semakin meningkat.
5.	(Distanont & Khongmalai, 2018) The role of innovation in creating a competitive advantage	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari inovasi, faktor-faktor yang mengarah pada penciptaan keunggulan kompetitif di tingkat UKM.	Variabel independen: Orientasi Pasar, Inovasi Variabel dependen: Keunggulan Kompetitif	Data dianalisis dengan SEM Amos	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha, terutama pengusaha UKM, perlu beradaptasi dan mempersiapkan diri untuk menghadapi perubahan ekonomi yang akan datang, yang akan terjadi tidak hanya di tingkat global tetapi juga di tingkat regional. dan tingkat negara. Selain konteks internal dalam organisasi, faktor eksternal juga penting, terutama yang akan mengarah pada pengembangan inovasi. Inovasi akan menjadi alat strategis dalam kompetisi penting ini untuk peningkatan, penciptaan, dan peningkatan bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang setara atau lebih baik daripada yang ada di negara-negara asing untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan.
6.	Ho, K. L. P.,	Penelitian ini bertujuan	Variabel independen: Orientasi pasar dan	Menguji model penelitian dengan	Temuan menunjukkan bahwa tidak

	Nguyen, C. N., Adhikari, R., Miles, M. P., & Bonney, L. (2017). Exploring market orientation, innovation, and financial performance in agricultural value chains in emerging economies.	menganalisis antara MO, inovasi dan hubungan kinerja dalam pertanian rantai nilai dalam konteks pasar yang muncul.	Inovasi Variabel dependen KinerjaBisnis	menggunakan analisis SEM Amos	ada hubungan yang signifikan antara orientasi pasar dan kinerja. Namun, orientasi pelanggan dan koordinasi antar-fungsi secara positif terkait dengan inovasi, dan ada hubungan positif antara inovasi dan kinerja keuangan. Temuan ini memberikan wawasan tentang hubungan antara orientasi pasar, inovasi, dan kinerja dalam rantai nilai pertanian di negara berkembang.
7.	Abdolmaleki, K., & Ahmadian, S. (2016). The Relationship between Product Characteristics, Customer and Supplier Involvement and New Product Development.	Penelitian ini bertujuan, untuk menyelidiki hubungan antarproduk karakteristik, partisipasi pelanggan dan pemasok dalam pengembangan dan penciptaan produk baru.	Variabel Independen: Orientasi Pasar Variabel dependen: Inovasi	Data dianalisis dengan menggunakan Analisis Regresi	Temuan menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara orientasi pasar dan kinerja. Namun, orientasi pelanggan dan koordinasi antar-fungsi secara positif terkait dengan inovasi, dan ada hubungan positif antara inovasi dan kinerja keuangan. Temuan ini memberikan wawasan tentang hubungan antara orientasi pasar, inovasi, dan kinerja dalam rantai nilai pertanian di negara berkembang.
8.	Alpkan, L. ütfiha., anal, M., & Ayden, Y. ükse. (2012). Market Orientation, Ambidexterity and	Penelitian ini bertujuan untuk membahas hubungan antara orientasi pasar dan strategi inovasi.	Variabel independen: Orientasi pasar Variabel Moderasi: Inovasi Variabel dependen: kinerjaBisnis	Model kami yang diusulkan dan hubungan harus diuji secara empiris dengan menggunakan SEM PLS	Hasil penelitian menemukan keterkaitan antara <i>market orientation</i> , <i>business performance</i> dan inovasi. Variabel organisasi seperti struktur, sistem, dan proses harus dirancang untuk mendukung ambidexterity. Membangun dan mempertahankan

	Performance Outcomes.				organisasi ambidextrous adalah keputusan strategis dan membutuhkan keterlibatan manajemen tingkat atas dalam semua fase proses perencanaan dan implementasi.
9.	Charlotta Sirén, Henri Hakala, Joakim Wincent & Dietmar Grichnik. 2017. Breaking the routines: Entrepreneurial orientation, strategic learning, firm size, and age	Tujuan penelitian untuk menguji hubungan Orientasi kewirausahaan (EO) dan pembelajaran strategis (SL), ukuran dan usia suatu organisasi, dianggap indikator penting yang mempengaruhi bagaimana EO berkontribusi pada komponen SL.	Variabel dependen: Strategi pembelajaran Variabel moderasi: umur dan ukuran perusahaan. Variabel independen: Orientasi kewirausahaan (EO)	Data dari 182 perusahaan dan dianalisis menggunakan <i>ordinary-least-squares regression</i> versi 13	Temuan penelitian ini berdasarkan pembelajaran strategis dari kesalahan, dan menawarkan pemahaman khusus tentang hubungan antara entrepreneurial orientation (EO) dan empat komponen strategi pembelajaran yang berbeda. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan harus memilih individu strategi pembelajaran karena dipengaruhi secara berbeda tergantung pada tingkat EO, dan usia dan ukuran organisasi.
10.	Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Fernández-Escobedo, R. (2019). <i>Effects of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: The Mediating Role of Customer Satisfaction—A Formative–Reflective Model</i>	Studi empiris ini bertujuan untuk memperdalam pengetahuan tentang efek langsung dan tidak langsung dari orientasi kewirausahaan (EO) pada kinerja bisnis dan bagaimana organisasi industri (IO) mempengaruhi EO perusahaan mikro dan kecil dari sebuah kota di negara berkembang,	Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan dianggap sebagai variabel mediator dan IO sebagai konstruk formatif dan kinerja bisnis sebagai variabel dependen.	Model penelitian dianalisis dengan (PLS-SEM)	Hasilnya menunjukkan cukup bukti bahwa IO secara positif mempengaruhi EO; EO secara positif mempengaruhi kinerja bisnis dan kepuasan pelanggan (CS); demikian juga, EO memengaruhi kinerja bisnis secara positif baik secara langsung maupun tidak langsung melalui CS. Mengenai implikasi manajerial, studi ini memberikan pengetahuan kepada para manajer tentang proses pembentukan strategi dan pengambilan keputusan, menekankan pentingnya mendorong

	<i>Analysis.</i>				pengembangan kemampuan EO dan memfokuskan upaya pada CS untuk meningkatkan kinerja bisnis.
11.	Kee, Daisy Mui Hung, & Nurulhasanah Abdul Rahman. 2017. <i>Entrepreneurial Orientation, Innovation and SME Performance: A Study of SME in Malaysia Using PLS-SEM</i> ".	Pnelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara orientasi kewirausahaan dan Kinerja UKM dengan inovasi sebagai mediator	Orientasi kewirausahaan dan Kinerja UKM dengan inovasi sebagai mediator	Pendekatan kuantitatif dipilih, dan kuesioner dikumpulkan dari 285 SME di Semenanjung Malaysia. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya dua dimensi EO (innovativeness dan proactiveness) yang memiliki hubungan yang signifikan dengan Kinerja UKM. Menariknya, semua dimensi EO memberikan dampak langsung pada inovasi. Juga, inovasi diidentifikasi memiliki efek langsung pada Kinerja UKM dan dikonfirmasi sebagai mediator yang signifikan antara EO dan Kinerja UKM. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa EO adalah prediktor kuat untuk Inovasi dan Kinerja UKM.
12.	Wahyudiono, (2006) <i>Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Inovasi Berkelanjutan Dan Kinerja Perusahaan Consumer Goods Di Surabaya.</i>	Studi ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh orientasi pasar dan orientasi teknologi terhadap inovasi berkelanjutan dan kinerja perusahaan, serta pengaruh inovasi berkelanjutan terhadap kinerja perusahaan consumer goods di Surabaya.	Variabel independen: Orientasi pasar, orientasi teknologi, variabel moderasi: inovasi berkelanjutan, dan variabel dependen kinerja perusahaan	Alat analisis yang digunakan di dalam studi ini adalah analisis jalur atau analisis lintas (path analysis)	Hasil pengujian menunjukkan bahwa: Orientasi pasar berpengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap inovasi berkelanjutan perusahaan consumer goods. Temuan ini mengandung makna bahwa orientasi pasar diperlukan untuk pengembangan inovasi berkelanjutan, semakin tinggi orientasi pasar, hasil pengembangan inovasi berkelanjutan perusahaan consumer goods menjadi semakin inovatif. Orientasi teknologi berpengaruh langsung, positif, dan

					signifikan terhadap inovasi berkelanjutan perusahaan consumer goods.
13.	Samson Waibe Bature and Cheng Wei Hin, 2017. Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, Technology Orientation, Access to Debt Finance and Firm Performance: A Proposed Research Framework.	Studi ini juga bermaksud untuk menyelidiki peran moderasi akses ke pembiayaan utang dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan, orientasi belajar, orientasi teknologi dan kinerja.	Orientasi kewirausahaan, orientasi belajar, orientasi teknologi dan kinerja perusahaan.	Data dianalisis dengan menggunakan Smart PLS 3.0	Temuan penelitian menunjukkan orientasi kewirausahaan, orientasi pembelajaran, dan orientasi teknologi semuanya memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan tetapi dampaknya akan lebih signifikan ketika didukung oleh akses ke pembiayaan utang.
14	Brownhilder Ngek Neneh 2018 Customer orientation and SME performance: the role of networking ties	Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji efek moderasi dari networking ties terhadap hubungan antara orientasi pelanggan dan kinerja perusahaan.	Independen: orientasi pelanggan Moderasi: network ties (social, business, political) Dependen: kinerja perusahaan Faktor kontrol: umur perusahaan, ukuran perusahaan, status perkawinan, umur wirausahaan, pendidikan	Analisis regresi hirarkis	Hasil menunjukkan bahwa orientasi pelanggan memiliki hubungan positif signifikan dengan kinerja perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa hanya ikatan jejaring bisnis dan socsal yang memiliki efek moderasi positif dan signifikan. Namun demikian, ikatan jejaring social, bisnis dan politik menunjukkan hubungan langsung yang positif dan signifikan dengan kinerja perusahaan.
15.	long Zhang, Ali Kara, John E. Spillan, Alma	Penelitian ini melaporkan tentang survey diantara manajer UKM Cina dan	Independen: orientasi pasar (intelligence generation, intelligence	Analisis SEM	Temuan penelitian memberi dukungan empiris untuk 3 dimensi orientasi pasar diantara UKM Cina.



	Mintu-Wimsatt, 2017 Exploring market orientation among Chinese small and medium-sized enterprises	persepsi mereka tentang filosofi orientasi pasar. Khususnya penekanan diberikan pada 3 dimensi orientasi pasar intelligence generation, intelligence dissemination, dan responsiveness. Akan diuji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.	dissemination, dan responsiveness  Dependen: kinerja perusahaan (petumbuhan pendapatan, pangsa pasar, dan ROI).		Hasil penelitian juga menemukan terdapat hubungan positif antara orientasi pasar UKM Cina dan kinerja perusahaan.
16.	Héctor Montiel-Campos, 2018 Entrepreneurial orientation and market orientation: Systematic literature review and future research	Tujuan studi ini adalah memberikan review kualitatif komprehensif tentang akumulasi pengetahuan empiris mengenai hubungan antara entrepreneurial orientation (EO) dan market orientation (MO).	hubungan antara entrepreneurial orientation (EO) dan market orientation (MO) terhadap daya saing perusahaan	Tinjauan literatur empiris secara sistematis tentang hubungan orientasi pasar dan orientasi. Sampel dari 121 <i>penelitian</i> yang dipublikasikan antara tahun 1987 sampai 2016.	Hasil menunjukkan bahwa riset hubungan EO–MO untuk meningkatkan daya saing perusahaan mengalami banyak kemajuan pada tahun-tahun belakangan ini dan semakin cepat dan meluas. Ini ditunjukkan dalam 83 jurnal dan 266 peneliti yang teridentifikasi. Hasil-hasil menegaskan bahwa wilayah Anglo memberi kontribusi mayoritas tentang hubungan EO–MO dalam sampel studi ini. 121 <i>penelitian</i> pada sampel diorganisir kedalam enam pendekatan yang berbeda, yang mewakili 53 model riset dimana konseptualisasi unidimensional dari EO dan MO adalah menonjol.
17.	Abdullah Al Mamun, Muhammad Mohiuddin, Syed Ali Fazal, Ghazali Bin Ahmad, 2018	Studi ini bertujuan meneliti pengaruh dari orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap consumer engagement dan kinerja dari UKM dibawah	Independen: orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar Mediasi: consumer engagement Dependen: Kinerja UKM	PLS modeling Sampel: 360 UKM manufaktur di Peninsular Malaysia. Teori: RBV dan the	Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap consumer engagement. Selanjutnya Consumer engagement berpengaruh positif

	Effect of entrepreneurial and market orientation on consumer engagement and performance of manufacturing SMEs	premis teori resource-based view (RBV).	manufaktur	dynamic capabilities view (DCV),	terhadap kinerja UKM. Temuan juga menunjukkan mediasi parsial consumer engagement antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja.
18.	Gordon Liu, Wai Wai Joyce Ko, Isaac Ngugi, Sachiko Takeda, 2017 Proactive entrepreneurial behaviour, market orientation, and innovation outcomes: a study of small- and medium-sized manufacturing firms in the UK	Dengan mendasarkan pada teori RBT, penulis meneliti bagaimana dan dibawah kondisi apa UKM memanfaatkan [proactive entrepreneurial behaviour (PEB)] mereka untuk mencapai kinerja pengembangan produk baru [new product development (NPD)].	Independen: proactive entrepreneurial behaviour (PEB) Mediasi: kapabilitas inovasi Dependen: Kinerja pengembangan produk baru Kontrol: ukuran perusahaan (berdasarkan pendapatan), umur, jumlah karyawan, jenis produk, (dalam sector manufaktur), intensitas persaingan, turbulensi pasar, dan turbulensi teknologi.	Analisis SEM Sampel: 401 UKM berbasis di Inggris dalam sector manufaktur.	Menunjukkan bahwa perusahaan dimungkinkan untuk berorientasi pasar dan entrepreneur pada waktu yang bersamaan, dan organisasi dengan tingkat orientasi pasar yang lebih tinggi cenderung lebih berorientasi entrepreneur. Penemuan ini menunjukkan bahwa perusahaan harus mengidentifikasi perusahaan yang telah berorientasi entrepreneur dan selanjutnya mengarahkan mereka untuk berorientasi pasar, Perusahaan harus mengembangkan satu team karyawan dengan kombinasi yang berorientasi pasar dan orientasi entrepreneur
19.	Yu Li, En Xie, Lulu Cheng, 2017 The effect of market orientation on new product development: a literature review	Tinjauan literatur ini bertujuan meringkas literatur teoretis dan empiris dalam bidang ini dari tahun 1990-2016.	Independen: orientasi pasar Dependen: Pengembangan produk baru [new product development (NPD)]	Tinjauan literatur terhadap 89 artikel yang dipublikasikan pada 15 jurnal manajemen atas selama periode 30 tahun. 41 penelitian	Kesimpulan-kesimpulan mengenai trend-trend dalam literature tentang hubungan orientasi pasar dan pengembangan produk baru dan menjelajahi arah riset mendatang.

				diidentifikasi sebagai riset utama dan diakui sebagai 5 aliran utama melalui pendekatan induktif.	
20.	Bereket Mamo Buli, 2017 Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: evidence from Ethiopian enterprises	Dengan menggunakan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, penelitian ini meneliti sejauhmana orientasi strategik berkontribusi pada kinerja unggul pada UKM manufaktur. Studi ini berupaya menjelaskan perbedaan dalam kinerja usaha kecil.	Independen: orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan Dependen: Kinerja bisnis	Analisis regresi linier berganda Sampel: 171 manajer UKM	Hasil empiris menunjukkan bahwa dengan mengintegrasikan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan kedalam operasi UKM berkontribusi pada kinerja unggul dimana selanjutnya memampukan UKM untuk bertahan hidup di lingkungan yang rumit secara kelembagaan dan bergolak secara ekonomis. Kecuali untuk innovativeness, setiap dimensi dari orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis usaha kecil.
21.	Justin Beneke Simon Blampied Nadine Dewar Linda Soriano, 2016 The impact of market orientation and learning orientation on organisational performance: a study of small to medium sized enterprises in Cape Town, South Africa	- Untuk menentukan pengaruh dari orientasi pasar terhadap kinerja organisasi dalam konteks UKM di Cape Town, Afrika Selatan. - Untuk menentukan pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja organisasi UKM di Cape Town, Afrika Selatan dalam konteks UKM di Cape Town, Afrika Selatan. - Untuk menentukan apakah orientasi	Independen: orientasi pasar dan orientasi pembelajaran Moderasi: orientasi pembelajaran Dependen: Kinerja organisasi	Analisis PLS-SEM	Hasil penelitian menunjukkan hubungan langsung antara orientasi pasar dan kinerja organisasi. Orientasi pembelajaran ternyata tidak memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap kinerja organisasi dan tidak memoderasi hubungan antara orientasi pasar dan kinerja organisasi.

		pembelajaran memiliki pengaruh moderasi pada hubungan antara orientasi pasar dan kinerja organisasi dalam konteks UKM di Cape Town, Afrika Selatan			
22.	Muslim Amin Ramayah Thurasamy Abdullah Mohamad Aldakhil Aznur Hafeez Kaswuri, 2016 The effect of market orientation as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial orientation and SMEs performance.	Tujuan penelitian ini adalah: 1. Apakah dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan UKM berperan dalam memperbaiki orientasi pasarnya? 2. Apakah orientasi pasar berperan dalam memperbaiki kinerja UKM?	Independen: orientasi kewirausahaan Mediasi: orientasi pasar Dependen: Kinerja UKM	Analisis SEM PLS	Hasil menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan positif dengan orientasi pasar. Demikian pula, orientasi pasar berhubungan positif dengan kinerja UKM. orientasi pasar memiliki efek mediasi.
23.	Tina Gruber-Muecke Katharina Maria Hofer, 2015 Market orientation, entrepreneurial orientation and performance in emerging markets.	Tujuan penelitian ini adalah meneliti bagaimana perilaku yang berorientasi pasar dan berorientasi kewirausahaan mendorong kinerja perusahaan pada konteks pasar yang berkembang.	Independen: MO dan EO Dependen: Kinerja perusahaan	Analisis regresi	Hasil-hasil menunjukkan bahwa strategi-strategi yang berorientasi pasar dan berorientasi kewirausahaan memiliki pengaruh kinerja positif pada pasar yang berkembang.

24.	Aliyu Mukhtar Shehu and Rosli Mahmood, 2014 Market orientation and Organizational culture's impact on SME Performance: A SEM Approach	Tujuan studi ini adalah meneliti hubungan antara orientasi pasar dan budaya organisasi terhadap kinerja UKM..	Independen: orientasi pasar Mediasi: budaya organisasi Dependen: kinerja bisnis	Analisis SEM Sampel: 640 responden	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara orientasi pasar dan kinerja bisnis UKM. Sedangkan hubungan antara budaya organisasi dan kinerja bisnis tidak didukung.
25.	Ra'ed Masa'deh, Jawaher Al-Henzab, Ali Tarhini, Bader Yousef Obeidat, 2018 The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance	Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan antara tiga variable orientasi strategik (orientasi pasar, orientasi teknologi, orientasi kewirausahaan dan kinerja organisasi pada sector farmasi Yordania.	Independen: orientasi pasar, orientasi teknologi, orientasi kewirausahaan Dependen: kinerja organisasi	Analisis regresi linier berganda Sampel: 252 responden pada perusahaan farmasi di Yordania.	Hasil analisis menunjukkan bahwa orientasi-orientasi strategik berhubungan positif dan signifikan dengan kinerja organisasi. Temuan juga menunjukkan bahwa orientasi pasar berkontribusi paling banyak peningkatan perkembangan organisasi yang diikuti oleh orientasi teknologi, dan terakhir orientasi kewirausahaan.
26.	Jose´ I. Rojas-Me´ndez and Michel Rod, 2012 Chilean wine producer market orientation: comparing MKTOR versus MARKOR	Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai derajat orientasi pasar dari sampel produsen anggur Chili; membandingkan dua instrument untuk menilai orientasi pasar pada konteks ini; dan untuk mengomentari kemungkinan sensitivitas	Independen: orientasi pasar MO (MARKOR dan MKTOR) Dependen: kinerja bisnis	Analisis SEM-PLS dan analisis cluster Sampel: 69 CEO dan manajer pemasaran	Hasil-hasil mengungkapkan bahwa pelaksanaan strategi orientasi pasar dengan cara yang konsisten dan terkoordinasi memiliki dampak terhadap kinerja bisnis dalam perusahaan

		budaya dari dua instrument pengukuran yang dikembangkan dari konteks Amerika Utara tetapi diterapkan pada konteks yang berbeda budaya.			
27.	M. Isabel Sanchez-Hernandez Francisco J. Miranda, 2011 Linking internal market orientation and new service performance	Tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan pertama kali model yang diuji secara empiris yang menunjukkan bahwa pemasaran internal [internal marketing (IM)] merupakan sebuah faktor pada pengembangan jasa baru. Riset ini berupaya menjembatani orientasi pasar (IMO) (latarbelakang filosofis dari program pemasaran internal) dengan inovasi jasa yang berhasil yang diwakili oleh kinerja jasa baru [new service performance (NSP)].	Independen: orientasi pasar internal [IMO: Internal market orientation] Mediasi: NSQ: New service quality; TTM: Time to market Dependen: kinerja jasa baru [NSP: New service performance]	Analisis SEM Sampel: 74 perusahaan jasa Portugal	Hasil-hasil sebagian besar mendukung hubungan teoretis yang dihipotesiskan bahwa upaya organisasi dalam bidang sumberdaya manusia, yang didukung oleh fungsi pemasaran dan dilaksanakan melalui orientasi pasar, terhubungn dengan peningkatan kualitas jasa dan keberhasilan inovasi.
28.	Miguel Hernández-Espallardo Elena Delgado-Ballester, 2019 Product innovation in small manufacturers, market orientation and the industry's	Tujuan penelitian ini adalah meneliti apakah keefektivan inovasi dalam memperbaiki kinerja perusahaan berbeda-beda dalam situasi-situasi kompetitif yang berbeda dan menganalisis apakah kekuatan-kekuatan	Independen: orientasi pasar Moderasi: Lima kekuatan persaingan industry Dependen: Inovasi produk	Analisis SEM Sampel: 218 pabrikan	Temuan menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan kecil harus berinvestasi dalam inovasi terutama ketika kekuatan-kekuatan persaingan adalah lebih intensif. Selain itu, ditemukan peran positif orientasi pasar dalam mempromosikan inovasi dan kinerja, berapapun level kekuatan persaingan.

	five competitive forces: Empirical evidence from Spain	persaingan bertindak sebagai pemotivasi (motivator) atau sebagai penghambat (inhibitor).			
29.	Mike Chen-Ho Chao John E. Spillan, 2010 The journey from market orientation to firm performance: A comparative study of US and Taiwanese SMEs	Tujuan penelitian adalah untuk meneliti hubungan antara orientasi pasar dan kinerja UKM AS dan Taiwan. Studi ini terutama berpusat pada dua isu, yaitu menguji keefektifan MARKOR (ukuran orientasi pasar yang dikembangkan oleh Kohli et al.) pada konteks UKM AS dan Taiwan, dan untuk meneliti factor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM AS dan Taiwan.	Independen: orientasi pasar (MO) Dependen: kinerja perusahaan	Analisis SEM Sampel: 138 UKM AS dan 151 UKM Taiwan	Studi ini menemukan bahwa intelligence generation maupun intelligence dissemination, orientasi pasar UKM AS dan Taiwan tidak memiliki hubungan signifikan dengan kinerja perusahaan mereka. Namun demikian, temuan menunjukkan bahwa ada hubungan positif signifikan antara responsiveness UKM AS dan Taiwan dengan kinerja perusahaan mereka.
30.	Wassim J. Aloulou, 2018 Impacts of strategic orientations on new product development and firm performances: Insights from Saudi industrial firms	Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan antara orientasi-orientasi strategik serta perannya dalam mempengaruhi kinerja perusahaan industri.	Independen: orientasi pasar (MO) dan orientasi teknologi (TO) Mediasi: orientasi kewirausahaan (EO) Dependen: kinerja pengembangan produk baru dan kinerja perusahaan	Analisis SEM Sampel: 292 perusahaan yang beroperasi di beberapa sektor industri di Kerajaan Arab Saudi.	Temuan studi ini menunjukkan pentingnya orientasi-orientasi strategik dalam meningkatkan kinerja perusahaan industry Saudi dan menekankan peran mediasi dari orientasi kewirausahaan dalam hubungan antara orientasi pasar dan orientasi teknologi terhadap kinerja pengembangan produk baru dan kinerja perusahaan.
31.	Lucas Finoti Simone Regina Didonet Ana Maria Toaldo Tomás Sparano Martins,	Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meneliti peran mediasi dari proses strategi pemasaran dalam hubungan antara	Independen: keinovasian (innovativeness) Mediasi: proses strategi pemasaran (marketing	Analisis SEM-PLS Sampel: UKM Brazil pada sector software.	Hasil menunjukkan bahwa innovativeness berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi melalui proses strategi pemasaran. Khususnya, formulasi strategi

	2017 The role of the marketing strategy process in the innovativeness-performance relationship of SMEs	innovativeness dan kinerja organisasi pada UKM.	strategy process) Dependen: kinerja UKM		pemasaran memediasi hubungan antara innovativeness dan kinerja organisasi. Namun, Implementation itu sendiri tidak memediasi hubungan ini.  Peran mediasi menjadi lebih kuat ketika mempertimbangkan jalur formulasi – implementasi daripada mempertimbangkan aktivitas formulasi dan implementasi strategi pemasaran secara terpisah.
32.	Robert Kozielski, 2018 Determinants of SMEs business success – emerging market perspective	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi peran dari determinan-determinan terpilih dalam membangun keberhasilan bisnis (analisis perbandingan antara sector UKM dan perusahaan besar).	Independen: market knowledge (MK), marketing orientation (MO), learning organization (LO) Dependen: keberhasilan bisnis	Analisis koelasi dan ANOVA Sampel: 149 perusahaan dari sector UKM dan 33 perusahaan dari sector perusahaan besar.	Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti. Ini berlaku pada hubungan antara variabel-variabel independen (MK, MO, LO), dan antara variabel-variabel independen dengan variable dependen (kinerja bisnis). Hubungan antara organisasi pembelajaran dan orientasi pemasaran adalah relative paling kuat. Kekuatan hubungan yang diukur melalui koefisien korelasi Pearson's adalah 0,645 (pada sektor UKM), yang membuktikan kekuatan hubungan yang signifikan. Dalam hal variable-variabel lain, meskipun hubungannya signifikan secara statistic, namun kekuatan korelasinya tidak melebihi 0,4.
33.	Zahid Yousaf, Noor Sahar, Abdul Majid, Amajad Rafiq, 2018	Tujuan penelitian ini adalah meneliti dampak dari orientasi [e-marketing	Independen: orientasi e-marketing Mediasi: e-trust	Analisis regresi dan analisis bootstrap untuk memeriksa	Hasil menunjukkan bahwa kinerja strategis pada umumnya tergantung pada EMO dan e-trust.



	The effects of e-marketing orientation on strategic business performance: Mediating role of e-trust	orientation (EMO)] terhadap kinerja bisnis strategis [strategic business performance (SBP)] dengan keberadaan e-trust.	Dependen: kinerja bisnis strategis	hubungan antara variable independen, mediasi dan dependen.	
34.	Saumyaranjan Sahoo, Sudhir Yadav, 2017 Entrepreneurial orientation of SMES, total quality management and firm performance	Untuk memahami pengaruh tidak langsung dari TQM dalam mempengaruhi hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja.	Independen: orientasi kewirausahaan Mediasi: TQM (total quality management) Dependen: kinerja perusahaan	Analisis SEM (Structural Equation Modelling)	Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja. TQM dianggap sebagai partial mediator dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan.
35.	Orlando Rua, Alexandra França, Rubén Fernández Ortiz, 2018 Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage	Dengan focus pada konteks internasionalisasi perusahaan, penelitian ini bertujuan menilai kontribusi penting dari determinan-determinan stratejik yang mempengaruhi kinerja ekspor, dengan mempertimbangkan efek mediasi dari strategi kompetitif.	Independen: EO, sumberdaya intangible, kapasitas absorptive Mediasi: keunggulan kompetitif (biaya, diferensiasi) Dependen: kinerja ekspor	Analisis SEM-PLS Sampel: 247 UKM Portugis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap diferensiasi dan kinerja ekspor. Selain itu, hasil juga menyoroti peran dari sumberdaya intangible dalam desain strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi, yang mendorong kinerja ekspor. Akhirnya, kapabilitas absorptif [absorptive capabilities (ACAPs)] sangat berhubungan dengan kinerja ekspor.
36.	Mohammed Ngoma, Abaho Ernest, Sudi Nangoli, Kusemererwa Christopher, 2017	Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti orientasi kewirausahaan (EO) sebagai predictor internasionalisasi UKM. Pertanyaan utama riset	Independen: innovativeness, proactiveness, risk taking Dependen: kinerja bisnis	Analisis statistic deskriptif, korelasi dan regresi hirarkis. Sampel: 282 UKM.	Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan dengan internasionalisasi UKM.

	Internationalisation of SMEs: does entrepreneurial orientation matter?	adalah “sejauhmana dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan (innovativeness, proactiveness dan risk taking) memprediksi internasionalisasi UKM?”			
37.	Soheil Kazemian Rashidah Abdul Rahman Zuraidah Mohd Sanusi Abideen Adewale Adeyemi, 2016 Role of market orientation in sustainable performance: the case of a leading microfinance provider	Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja sustainability	Independen: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antar-fungsi Mediasi: Dependen: sustainability manajemen dan sustainability finansial	Analisis PLS-SEM	Studi ini memberi beberapa bukti empiris bahwa mengikuti orientasi pelanggan secara signifikan mempengaruhi sustainability manajemen dan sustainability finansial.  Namun demikian, orientasi pesaing tidak berpengaruh signifikan secara statistic terhadap sustainability AIM. Sebaiknya, hanya sustainability manajemen yang dipengaruhi secara signifikan oleh koordinasi antar-fungsi.
38.	Zongyang Leng Zhiying Liu Min Tan Jiangang Pang, 2015 Speed leaders and quality champions: Analyzing the effect of market orientation and technology orientation alignment on new product innovation	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan konsep penjajaran (alignment) antara orientasi pasardan orientasi teknologi dan meneliti perbedaan dalam aktivitas-aktivitas inovasi produk baru dan kinerja diantara empat grup perusahaan teknologi tinggi yang diklasifikasikan kedalam empat kategori, yaitu	Independen: orientasi pasar, orientasi teknologi Dependen: pengembangan praoduk baru, penentuan waktu masuk pasar (timing of market entry) dan kualitas produk.	Data dikumpulkan dari 360 perusahaan teknologi tinggi di Cina. Analisis MANOVA digunakan untuk mengidentifikasi apakah aktivitas-aktivitas inovasi produk baru (yaitu timing of market entry dan kualitas	Hasil menunjukkan bahwa keempat kelompok perusahaan berbeda secara signifikan sehubungan dengan kinerja produk baru dan dengan kegiatan inovasi produk baru yang berkaitan dengan waktu strategi masuk pasar dan kualitas produk. Selanjutnya, hasilnya menunjukkan bahwa pertama, perusahaan MT memiliki kinerja produk baru tertinggi; kedua, perusahaan TO adalah pemimpin cepat yang memiliki pasar pertama dengan produk baru; dan

		perusahaan MT (orientasi pasar dan orientasi teknologi), orientasi teknologi (TO), orientasi pasar (MO) dan konservatif (CO).		produk) dan kinerja berbeda-beda diantara keempat grup.	ketiga, perusahaan MO adalah juara kualitas yang terbaik untuk persepsi kualitas produk baru.
39.	Aluisius Hery Pratono, 2016 Strategic orientation and information technological turbulence: contingency perspective in SMEs	Untuk mengetahui dampak dari turbulensi teknologi terhadap hubungan antara orientasi stratejik dan kinerja perusahaan.	Independen: orientasi stratejik Mediasi: turbulensi teknologi Moderasi: Dependen: kinerja perusahaan	Analisis SEM-PLS	Orientasi stratejik memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Ini menyiratkan bahwa UKM-UKM teramati bias mendapatkan kinerja yang lebih besar dengan turbulensi lingkungan yang rendah. Sebaliknya, turbulensi lingkungan yang tinggi mengubah hubungan positif menjadi hubungan negative. Ini menunjukkan UKM-UKM teramati menderita dari turbulensi teknologi yang tinggi. Dengan mengenali efek moderasi dari turbulensi teknologi informasi pada hubungan antara orientasi stratejik dan kinerja perusahaan memungkinkan mengklarifikasi kontinjensi utama dari kinerja perusahaan.
40.	Izabela Kowalik Lidia Danik Tomasz Sikora, 2017 Entrepreneurial orientation elements in the Polish international new ventures	Studi ini bertujuan untuk mengembangkan teori kewirausahaan internasional, dengan meneliti karakteristik kewirausahaan dari Usaha Baru Internasional [International New Ventures (INV)] di Polandia. Selanjutnya,	Independen: orientasi kewirausahaan (EO) Dependen: kinerja	Analisis uji T Student, korelasi dan analisis regresi dipakai untuk perbandingan kelompok dan pengujian hipotesis Sampel: 105 UKM Polandia.	Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara elemen-elemen orientasi kewirausahaan dan kinerja ditemukan. Analisis regresi membuktikan bahwa penegnanan produk baru, dan pengalaman mempengaruhi kinerja Usaha Baru Internasional (INV) Polandia.

		studi ini menilai apakah karakteristik kewirausahaan tersebut berhubungan dengan kinerja INV, dengan mempertimbangkan umur perusahaan.			
41.	Jafar Rezaei, Roland Ortt, 2018 Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances	Tujuan penelitian ini adalah memahami secara lebih detail bagaimana orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja perusahaan. Studi ini menyumbang pada literature dengan membedakan kinerja dari fungsi-fungsi yang berbeda pada sebuah perusahaan dan dengan mengeksplorasi bagaimana dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja fungsional ini dan selanjutnya kinerja perusahaan secara keseluruhan.	Independen: EO (dimensi-dimensinya) Mediasi: kinerja fungsional Moderasi: Dependen: kinerja keseluruhan	Analisis SEM Sampel: 279 UKM teknologi tinggi dengan menggunakan survei pos.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan berhubungan signifikan dengan cara-cara yang berbeda terhadap kinerja dari fungsi-fungsi pada sebuah perusahaan. Terdapat hubungan positif teramati antara inovasi dengan kinerja pemasaran dan penjualan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa fungsi R&D, produksi, serta pemasaran dan penjualan memperkuat satu sama lain dan bersifat komplementer dalam pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.
42.	Simona Popa a, Pedro Soto-Acosta b,*, Isabel Martinez-Conesa, 2017 Antecedents,	Tujuan penelitian ini adalah menilai secara empiris dampak dari anteseden-anteseden organisasi dan iklim inovasi terhadap Open Innovation serta	Independen: iklim inovasi Mediasi: Inovasi Terbuka (inbound dan outbound) Moderasi: dinamisme	Analisis covariance-based structural equation modeling (SEM) Sampel: 429 UKM Spanyol	Hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor organisasi seperti praktek sumberdaya manusia yang berbasis komitmen memiliki pengaruh positif terhadap iklim inovasi dan iklim inovasi memberi kontribusi pada

	moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs	konsekuensi-konsekuensinya terhadap kinerja perusahaan pada UKM. Selain itu, dianalisis juga peran moderasi dari dinamisme lingkungan dan daya saing (competitiveness) dalam hubungan antara iklim inovasi dan Inovasi Terbuka inbound dan outbound.	lingkungan dan daya saing Dependen: kinerja perusahaan		Inovasi Terbuka inbound dan outbound. Daya saing lingkungan tidak memoderasi hubungan antara iklim inovasi dan Inovasi Terbuka. Selanjutnya, Inovasi Terbuka inbound dan outbound Berkontribusi positif terhadap kinerja perusahaan.
43.	Ebru Genca,*, Mumin Dayan, Omer Faruk Genc, 2019 The impact of SME internationalization on innovation: The mediating role of market and entrepreneurial orientation	Tujuan studi ini adalah untuk membahas dampak dari derajat internasionalisasi [degree of internationalization (DoI)] terhadap kinerja inovasi melalui factor mediasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dalam konteks UKM pasar yang berkembang.	Independen: derajat internasionalisasi Mediasi: orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan MO dan EO Dependen: Inovasi	Analisis [partial least squares (PLS)] Sampel: 235 UKM di Uni Emirat Arab	Hasil menunjukkan bahwa derajat internasionalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi dan bahwa hubungan ini dimediasi secara tidak langsung dan sepenuhnya oleh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan untuk UKM.
44.	Cemal Zehir, Mahmut Köle*, Hacer Yıldız, 2015  The Mediating Role of Innovation Capability on Market Orientation and Export Performance: an Implementation on	Tujuan studi ini adalah untuk meneliti hubungan antara Orientasi pasar, Kapabilitas inovasi, dan Kinerja dan juga menggambarkan pengaruh mediator dari Kapabilitas inovasi pada hubungan antara Orientasi pasar dan Kinerja ekspor pada UKM di Turki.	Independen: Orientasi pasar Mediasi: Kapabilitas inovasi Dependen: Kinerja ekspor	Analisis korelasi dan regresi dengan SEM menggunakan SPSS dan AMOS. Sampel: 474 pemilik dan manajer dari 186 perusahaan pada sector manufaktur.	Hasil menunjukkan bahwa Kapabilitas inovasi memiliki efek mediator parsial terhadap dimensi-dimensi Orientasi pasar dan Kinerja ekspor. Temuan empiris ini menunjukkan bahwa UKM bisa mampu mencapai keunggulan kompetitif dengan memperbaiki Kapabilitas inovasi yang didorong oleh orientasi pasar.

	SMEs in Turkey				
45.	Young Wook Seoa, Seong Wook Chaeb, 2016 Market dynamics and innovation management on Performance in SMEs: Multi-agent simulation approach	Berdasarkan perspektif contingency, studi ini difokuskan pada meneliti cara-cara efektif untuk merancang manajemen inovasi dan memaksimalkan kinerja perusahaan menurut level dinamika pasar. Studi ini menganalisis pengaruh Dinamika pasar terhadap aktivitas pasar dan kinerja perusahaan dengan menggunakan pendekatan ABIS.	Independen: Dinamika pasar dan diversitas perusahaan Dependen: aktivitas inovatif dan kinerja perusahaan	Analisis multi-agent simulation method dengan menggunakan ABIS (Agent-Based Innovation Simulator) using NetLogo (available at <a href="http://ccl.northwestern.edu/netlogo">http://ccl.northwestern.edu/netlogo</a> )	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) level diversitas perusahaan mempengaruhi jumlah kinerja yang dimanifestasikan oleh aktivitas-aktivitas inovatif UKM. (2) Manajer harus secara tepat memfasilitasi aktivitas inovatif yang tergantung pada arti penting tugas dan dinamika pasar.
46.	Ndeye Ndiaye, Lutfi Abdul Razak, Ruslan Nagaye, Adam Ng, 2018. Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies	Penelitian menganalisis determinan-determinan kinerja UKM, dengan menggunakan estimasi <i>cross section</i> dengan mengambil rata-rata dua tahun titip data pada data survey World Bank Enterprise Survey untuk 266 perekonomian.	Independen: karakteristik perusahaan, pembiayaan, informalitas, infrastruktur, inovasi dan teknologi, regulasi dan pajak, perdagangan dan angkatan kerja Dependen: Kinerja UKM	Pendekatan general-to-specific modelling approach pada data World Bank Enterprise Survey dari 266 perekonomian. Pendekatan ini merupakan metode sentral dalam memilih model-model empiris yang berguna.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor berubah-ubah mengenai signifikansi dan besaran statistik antara UKM-UKM. Peneliti menemukan bahwa hanya 37 dari 80 faktor yang memiliki pengaruh signifikan dalam pemodelan lima ukuran kinerja yang dipertimbangkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha menengah berbeda dari kinerja usaha kecil. Variasi tersebut tergantung pada ukuran kinerja yang digunakan. Hasil penelitian memberi dukungan pada proposisi bahwa faktor-faktor eksternal seharusnya diakui sebagai pendorong kinerja UKM.

47.	Sáez-Martínez, F.J. Díaz-García, C. and González-Moreno, A. 2014 Environmental Orientation as a Determinant of Innovation Performance in Young SMEs	Studi ini meneliti hubungan antara strategi inovasi dan kinerja pada kategori perusahaan tertentu. Selain itu, studi ini meneliti hubungan dan dampak relatif dari Orientasi lingkungan terhadap kinerja inovasi UKM muda.	Independen: Orientasi lingkungan Dependen: Kinerja inovasi	Analisis regresi hirarkis Sampel: 1337 UKM start-up yang berumur kurang dari 10 tahun.	Menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan secara <i>statistic</i> antara inovasi terhadap kinerja dan beberapa factor independen lain seperti jenis inovasi dan orientasi strategi inovasi. Selain itu, hasil juga menunjukkan bahwa Orientasi lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja inovasi perusahaan.
48.	M. Krishna Moorthy, Annie Tan, Caroline Choo, Chang Sue Wei, Jonathan Tan Yong Ping, and Tan Kah Leong, 2012 A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia	Studi ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM pada sektor manufaktur di Malaysia.	Independen: Kewirausahaan yang tidak efektif, manajemen SDM yang tidak tepat, pemakaian informasi pemasaran, aplikasi teknologi informasi Dependen: Kinerja UKM	Analisis Regresi Linier Berganda Teori Contingency dikembangkan oleh Fiedler (1964) digunakan untuk mendukung riset ini. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari 300 UKM pada sector manufaktur Malaysia.	Kewirausahaan yang efektif, manajemen SDM yang tepat, pemakaian informasi pemasaran, aplikasi teknologi informasi berhubungan signifikan dengan kinerja perusahaan. Konstruk yang memiliki hubungan positif terkuat dengan kinerja UKM adalah pemakaian informasi pemasaran dan aplikasi teknologi informasi, yang diikuti oleh manajemen SDM yang tepat dan kewirausahaan yang efektif.
49.	Hardeep Chahal R C Dangwal Swati Raina , (2016), "Marketing orientation, strategic orientation and their synergistic impact on business	to examine synergistic impact of marketing orientation and strategic orientation on business performance. The study also aims at developing and validating marketing orientation and strategic orientation scales in	Independen: Marketing orientation Mediasi: strategic orientation Dependen: business performance	Analisis SEM, Exploratory factor analysis (EFA) dan confirmatory factor analysis (CFA). 900 functional SMEs	Hardeep <i>et al</i> , (2016), Orientasi pasar berkontribusi signifikan terhadap kinerja bisnis, orientasi strategis berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis, sedangkan pengaruh dari orientasi pasar dan orientasi strategis adalah tidak signifikan.

	performance: a case of SMEs in emerging context (India)",	emerging context. Further, the moderating role of entrepreneurial qualification and mediating role of strategic orientation in marketing orientation (MO) and business performance (BP) relationship is also examined.			
50.	Dev K. Dutta, Vishal K. Gupta, Xiujian Chen, 2016. A Tale of Three Strategic Orientations: A Moderated-Mediation Framework of the Impact of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Learning Orientation on Firm Performance	Meneliti cara-cara dimana tiga orientasi stratejik berhubungan dengan perusahaan (yakni orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan orientasi pembelajaran) mempengaruhi kinerja. Penulis menghipotesiskan dan menguji kerangka mediasi-moderasi yang menghubungkan tiga konstruk ini dengan menggunakan dataset panel dari perusahaan ritel AS yang besar selama lima tahun.	Independen: Orientasi pasar Mediasi: Orientasi pembelajaran Moderasi: Orientasi kewirausahaan Dependen: Kinerja	Regresi OLS dengan panel-corrected standard errors (PCSE) dan feasible general least square (FGLS) dalam Metode Parks. Analisis memakai program Eviews	Temuan utama adalah bahwa orientasi pembelajaran memediasi dampak dari orientasi pasar terhadap kinerja hubungan ini diperkuat dibawah pengaruh moderasi orientasi kewirausahaan.
51.	Mahmoud Abdulai Mahmoud Charles Blankson Nana Owusu-Frimpong Sonny Nwankwo Tran P. Trang, 2016	Tujuan artikel ini adalah untuk meneliti hubungan antara orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja bisnis dan peran mediasi dari inovasi. Industri perbankan Ghana	Independen: Orientasi pasar dan orientasi pembelajaran Mediasi: Inovasi Dependen: Kinerja Bisnis	Analisis regresi linier berganda	Semua faktor orientasi pembelajaran menunjukkan hubungan signifikan dan positif dengan inovasi pada perusahaan perbankan. Hanya dua faktor komponen dari orientasi pembelajaran, yakni "commitment to learning" dan "inter-organizational



	Market orientation, learning orientation and business performance: the mediating role of innovation	digunakan sebagai konteks studi.			knowledge sharing”, yang efektif dalam mempromosikan inovasi pada bank. Ini menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran secara parsial memediasi hubungan antara orientasi pasar dan inovasi pada perusahaan perbankan, inovasi memediasi hubungan antara orientasi pasar dan kinerja bisnis bank.
52.	Sandip Sarker* and Mollika Palit, 2015 Strategic orientation and performance of small and medium enterprises in Bangladesh	Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi apakah ada hubungan antara orientasi strategik dengan kinerja UKM yang beroperasi di Bangladesh. Dari literatur yang ada, tiga variable orientasi strategik dikembangkan yaitu orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan orientasi kewirausahaan.	Independen: Orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan orientasi kewirausahaan. Dependen: Kinerja Bisnis	Analisis regresi linier berganda	Enam dari sepuluh variable orientasi strategik, yaitu customer orientation, dan inovasi adalah signifikan secara statistik dengan kinerja UKM. Namun demikian, studi ini menemukan bahwa orientasi pembelajaran tidak memiliki hubungan yang menonjol dengan kinerja.
53.	Choi, Sangmi. (2014). Learning orientation and market orientation as catalysts for innovation in nonprofit organizations.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau adopsi orientasi pembelajaran (LO), orientasi pasar (MO), dan inovasi, menganalisis efek mediasi LO dalam pergerakan dari MO ke inovasi pada untuk layanan komunitas nonprofit di Korea Selatan	Variabel independen: Orientasi pembelajaran dan orientasi pasar  Variabel dependen: inovasi	Model yang diusulkan diuji menggunakan SEM AMOS	Penelitian mengenai 258 pusat komunitas nonprofit di Korea. Penelitian mengenai 258 pusat komunitas nonprofit di Korea Selatan mendukung bahwa orientasi pembelajaran dan orientasi pasar secara positif berhubungan dengan inovasi. Orientasi pasar dijabarkan menjadi 3 bagian yaitu orientasi pelanggan, orientasi sumber daya, dan orientasi pesaing. Orientasi pelanggan menumbuhkan inovasi,

					memperlihatkan bahwa inovasi itu diciptakan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Orientasi sumber daya juga memiliki hubungan positif dengan inovasi, di mana semakin pentingnya manajemen informasi terkait sumber daya. Selain itu orientasi pesaing tidak terkait dengan inovasi, hal ini berarti persaingan dengan pesaing tidak memfasilitasi inovasi.
54.	Ratni Prima Lita, Meuthia, Ranny Fitriana Faisal. 2018. Sme's Performance Of Creative Industries Supporting Tourism In Indonesia: Market Orientation, Learning Orientation And Organizational Innovativeness As Determinants.	Penelitian empiris ini menyelidiki hubungan antara orientasi pasar, orientasi pembelajaran, inovasi organisasi dan kinerja organisasi dalam industri kreatif yang mendukung pariwisata.	Variabel independen: Orientasi pasar, orientasi pembelajaran, inovasi organisasi Variabel dependen: Kinerja organisasi	Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan melakukan teknik purposive sampling. Data yang dikumpulkan dari kuesioner dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) PLS	Temuan utama menetapkan bahwa orientasi pasar mengarah ke efek yang lebih kuat secara signifikan pada inovasi organisasi. Namun, orientasi pasar tidak mengarah pada pengaruh yang signifikan terhadap orientasi pembelajaran. Selain itu, orientasi pasar dan orientasi pembelajaran juga menemukan bahwa ada hubungan positif dengan kinerja organisasi

Sumber: Penelitian Terdahulu, 2020.