

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya penulis membuat implikasi, saran dan keterbatasan penelitian. Kesimpulan, implikasi manajerial, saran dan keterbatasan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pada pasar (orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing, koordinasi antar fungsi) dan kinerja perusahaan:
 - a. Hotel kelas melati di Yogyakarta memiliki orientasi pada konsumen yang tinggi atau baik.
 - b. Hotel kelas melati di Yogyakarta memiliki orientasi pada pesaing yang tinggi atau baik.
 - c. Koordinasi antar fungsi dalam hotel kelas melati di Yogyakarta termasuk dalam kategori yang baik.
 - d. Hotel kelas melati di Yogyakarta memiliki kinerja yang tinggi.
2. Pengaruh orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing dan koordinasi antar fungsi terhadap kinerja perusahaan:

- a. Orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing dan koordinasi antar fungsi secara signifikan mampu memprediksi (mempengaruhi) 53,5% perubahan kinerja perusahaan.
- b. Orientasi pada konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.
- c. Orientasi pada pesaing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.
- d. Koordinasi antar fungsi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

5.2.Implikasi Manajerial

Persaingan bisnis yang ketat menuntut pihak manajemen suatu perusahaan untuk memiliki orientasi pada pasar yang baik. Orientasi pada pasar diwujudkan dalam bentuk orientasi (layanan) pada konsumen, orientasi pada pesaing, dan koordinasi antar fungsi (Naver dan Slater, 1990). Dengan orientasi pasar yang baik, perusahaan dapat melakukan antisipasi pada perubahan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta meningkatkan koordinasi antar fungsi dalam perusahaan.

Orientasi pada pasar yang baik akan menentukan kinerja perusahaan. Hal ini karena saat perusahaan mampu menciptakan konsumen yang puas akan produk atau jasa layanan perusahaan, mampu mengantisipasi perubahan strategi pemasaran dari para pesaing dan meningkatkan koordinasi antar fungsi akan dapat menjalankan strategi organisasi yang dirancang dengan efektif dan efisien.

Hasil penelitian ini telah memberikan bukti yang nyata bahwa orientasi pasar yang baik dari hotel-hotel kelas melati di Yogyakarta memberikan kontribusi positif pada kinerja perusahaan. Orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing dan koordinasi antar fungsi mampu memprediksi (mempengaruhi) 53,5% perubahan (peningkatan) kinerja perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen untuk memperhatikan aspek-aspek orientasi pasar dengan baik dan mengaplikasikan pemenuhannya secara tepat dengan menerapkan strategi produk dan layanan yang baik, selalu mengantisipasi perubahan strategi bisnis pesaing dan meningkatkan kualitas hubungan kerja antar departemen dalam perusahaan.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan implikasi manajerial di atas penulis merumuskan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus mampu mengakomodasi kebutuhan dan keinginan konsumen (tamu hotel) dengan baik dan dilakukan secara spesifik sesuai dengan jasa layanan dalam industri perhotelan. Kebutuhan dan keinginan konsumen antara lain adalah kebersihan kamar hotel, kelengkapan fasilitas fisik dalam kamar maupun fasilitas umum yang ada di hotel, menyediakan menu makanan dan minuman yang bervariasi, menyediakan semua informasi yang sekiranya dibutuhkan konsumen seperti obyek wisata, jadwal keberangkatan semua moda transportasi dan lain sebagainya. Selain itu,

pihak manajemen melalui karyawan harus mampu memberikan layanan yang baik, cepat dan dapat diandalkan kepada setiap tamu hotel.

2. Pihak manajemen hotel kelas melati harus memperhatikan perubahan lingkungan eksternal seperti perubahan strategi pemasaran pesaing maupun perubahan perekonomian nasional. Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat melakukan antisipasi dengan menciptakan strategi pemasaran yang baik. Pihak perusahaan sebaiknya membidik ceruk pasar yang berbeda dengan strategi pemasaran yang unik (tidak dimiliki oleh perusahaan pesaing) seperti produk dan jasa layanan yang berbeda seperti mendesain hotel dengan iklim pedesaan yang sejuk dan asri.
3. Pihak manajemen harus mampu meningkatkan koordinasi antar fungsi dalam perusahaan seperti koordinasi antara bagian *receptionis* dengan bagian kamar (kesediaan dan kesiapan kamar yang siap pakai), bagian *food and baverage* dengan karyawan bagian restoran dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar layanan dapat disampaikan dengan cepat dan tepat waktu.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu variabel independen yang diteliti hanya orientasi pada pasar. Padahal masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kinerja dari hotel kelas melati. Keterbatasan penelitian yang lain adalah pengukuran kinerja perusahaan dilakukan secara kualitatif dengan metode *self assesment*. Hal ini menyebabkan manajer atau pemilik hotel kelas melati di Yogyakarta memberikan penilaian yang subyektif cenderung baik.

5.5. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian di atas, penulis menyarankan pada penelitian sejenis di masa yang akan datang untuk menambah variabel penelitian yang relevan digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan seperti variabel atau faktor lingkungan (situasi lingkungan dan kondisi permintaan dan *suplay*) dan variabel lain yang relevan. Selain itu, penelitian selanjutnya menggunakan pengukuran kinerja perusahaan yang lebih obyektif seperti *Return on Asset* (ROA), *Return on Invesntment* (ROI), *Return on Equity*, tingkat hunian hotel dan lain sebagainya yang lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., (2007), *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek*, Penerbit: Mitra Utama, Jakarta.
- Abrori, N.A., (2002), *Analisis Pengaruh Inovasi dan Strategi Pemasaran, Terhadap Orientasi Pasar Untuk Peningkatan Kinerja Pemasaran: Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Kecil Tekstil di Kota Semarang*, Tesis, Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Adinoto., (2013), Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan Dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan: Studi pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia, *Ultima Management*, Vol 4, No. 10.
- Alam, M.M., (2013), Effect of Market Orientation on Small Business Perormance in Small Town In Malaysia: An Emprical Study on Malaysian Small Firms, *Journal of Strategic Marketing*, Vol 1, No. 3.
- As'ad, M., (2006), *Psikologi Industri (Seri Ilmu Sumber Daya Manusia)*, Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Atmaja, S.L., (2004), *Memahami Statistika Bisnis*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta
- Ciptani, M.K., (2000), Balanced Scorecard Sebagai Pengukuran Kinerja Masa Depan: Suatu Pengantar, *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Vol. 2, No. 1.
- Cooper, Donald R. dan Schindler, Pamela S. (2011). *Business Research Methods*. McGraw-Hill, International Edition
- Craven, D. W., (2004), *Pemasaran Strategis*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Ferdinand, A., (2010), *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*, *Journal of Researc Paper Series*, Vol. 1, No. 1.
- Frishammar, J., dan Hörte, S.A., (2007), Managing External Information in Manufacturing Firms: The Impact on Innovation Performance, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 22, No 3.
- Han, J.K., Namwoon, K., dan Srivastava, R.K. (1998). Market Orientation and Organizational Performance: is Innovation a Missing Link? *Journal of Marketing*, Vol. 62, No. 10.
- Hartini, S., (2012) Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 14, No. 1.
- Kotler, P., (2010), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.

- Kuncoro, M., (2009), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Lamb, C. W., Hair, J.F., McDaniel, C., (2001), *Pemasaran*, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Listyarso, A., (2005), *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran dan Kinerja Perusahaan dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderating*, Tesis, Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Narver, J.C., dan Slater, S.F. (1990), The Effect of a Market Orientation on Business Profitability, *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 10.
- Narver, J.C., Slater, S.F., (1994), Creating a Market Orientation, *Journal of Market- Focused Management*, Vol. 2, No. 3.
- Santoso, S., (2010), *Statistik Parametrik*, Penerbit: Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Santoso, S., dan Tjiptono, T., (2008), *Riset Pemasaran*, Penerbit: Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, U., (2009), *Research Methods for Business*, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora , H., (2005), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit: STIE YKPN, Yogyakarta.
- Soendoro, H., (2010), Pengaruh Orientasi Pasar dan Strategi Generik Terhadap Kinerja Perusahaan Perhotelan Dalam Lingkungan Pemasaran yang Berubah: Studi Empirik Pada Industri Hotel Non Bintang di Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Eksekutif*, Vol. 3, No. 3.
- Stanton, J.W., (2007), *Fundamental of Marketing*, 8th Ed, McGraw-Hill Book Company, Singapore.
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV Alfabeta, Bandung.
- Wahyudiono., (2013), Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Orientasi Pesaing Terhadap Inovasi Pasar dan Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Makanan di Surabaya, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, Vol 8. No. 1.
- Wulandari, A., (2013), Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran, *Management Analysis Journal*, Vol. 1, No. 2.
- Zhou, K., Yim, C.K., dan Tse, D.K., (2005), The Efeect of strategic Orientations on Technology-and Market-Based Breakthrough Innovations. *Journal of Marketing*. Vol. 69.



KUESIONER**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN****(Studi pada Hotel Kelas Melati di Yogyakarta)**

Kepada Yth: Responden
di tempat

Dengan hormat, saya:

Nama : Ricky Adiputra

NPM : 10 03 18234

adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saya sangat membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/I dengan mengisi satu set kuesioner penelitian. Besar harapan saya Bapak/Ibu/Sdr/I bersedia untuk mengisi pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini. Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya:

Ricky Adiputra

BAGIAN I: KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN

1. Nama hotel:.....(boleh tidak di isi)
2. Berapa lama perusahaan Anda telah beroperasi dalam industri perhotelan:
 - o 5 – 10 tahun
 - o Lebih dari 10 tahun

BAGIAN II: PERTANYAAN PENELITIAN

Berikut ini adalah pertanyaan penelitian mengenai: 1) orientasi pada konsumen, 2) orientasi pada pesaing, 3) koordinasi antar fungsi dan 4) kinerja perusahaan. Bapak/ibu/sdr/l dipersilahkan untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan

Keterangan: SS = Sangat Setuju (bobot 5); S = Setuju (bobot 4); N = Netral (bobot 3); TS = Tidak Setuju (bobot 2); STS = Sangat Tidak Setuju (bobot 1)

A. Orientasi Pada Konsumen

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan kami memiliki kepedulian yang baik kepada tamu hotel					
2	Tamu hotel merasa bahwa mereka diterima dengan baik di hotel kami					
3	Kami selalu melakukan yang terbaik bagi tamu hotel kami					
4	Tamu hotel kami percaya bahwa hotel kami memperhatikan kepentingan konsumen					
5	Tamu hotel percaya pada kompetensi yang kami miliki dalam industri perhotelan					
6	Pemenuhan kepuasan konsumen merupakan orientasi perusahaan kami					

B. Orientasi Pada Pesaing

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Harga jual produk atau jasa layanan kami lebih murah dibandingkan dengan hotel pesaing					
2	Layanan perusahaan kami lebih baik dibandingkan dengan hotel pesaing					
3	Fasilitas fisik yang kami berikan lebih baik dibandingkan dengan hotel pesaing					
4	Hotel kami memiliki menu makanan dan minuman yang lebih lengkap dibandingkan dengan hotel pesaing					

C. Koordinasi Antar Fungsi

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik pada saluran komunikasi internal dalam perusahaan					
2	Karyawan hotel kami memiliki kompetensi yang tinggi mengenai pekerjaan yang harus dilakukan.					
3	Karyawan hotel kami memiliki kompetensi yang tinggi mengenai prosedur kerja dalam perusahaan					
4	Karyawan hotel kami memiliki keterampilan kerjasama antar fungsi yang baik					

D. Kinerja Perusahaan

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan kami memiliki tingkat pertumbuhan pendapatan yang terus meningkat					
2	Perusahaan kami mampu menghasilkan laba yang besar dari aset yang dimiliki (investasi yang dilakukan/ROI)					
3	Kinerja hotel kami lebih baik dibandingkan hotel pesaing					



Case Summaries

	Lama operasi	OPK.1	OPK.2	OPK.3	OPK.4	OPK.5	OPK.6	OPP.1	OPP.2	OPP.3	OPP.4
1	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4
3	1	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3
4	1	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5
5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
7	2	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3
8	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
9	1	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
10	2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3
11	1	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4
12	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
13	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
14	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2
15	1	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2
16	1	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4
17	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
18	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	1	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5
20	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
21	1	3	3	3	4	5	5	3	3	3	2
22	1	5	4	4	4	4	5	3	3	3	5
23	2	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
24	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
25	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5
26	2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
27	2	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5
28	2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4
29	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3
30	1	4	5	4	3	3	3	5	5	5	5
31	1	4	3	3	4	4	5	2	2	2	2
32	2	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
33	1	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4
34	2	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3
35	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	1	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3
37	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
38	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
39	1	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
40	2	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4
41	1	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4
42	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
43	1	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
44	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
45	1	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3
46	2	4	3	3	5	4	4	5	3	3	3
47	1	5	4	4	3	2	3	3	2	2	5
48	2	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4
49	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
50	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3

Case Summaries

	Lama operasi	OPK.1	OPK.2	OPK.3	OPK.4	OPK.5	OPK.6	OPP.1	OPP.2	OPP.3	OPP.4
51	1	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4
52	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
53	1	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4
54	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
55	2	4	3	3	3	5	5	3	3	2	3
56	1	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4
57	2	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
58	1	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
59	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
60	2	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4
61	1	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4
62	2	3	3	3	5	5	5	3	3	4	5
63	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
64	2	3	3	3	5	4	4	5	5	5	5
65	2	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3
66	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
67	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
68	1	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
69	2	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
70	1	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3
71	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
72	1	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
73	1	4	4	5	3	4	4	3	3	2	2
74	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
75	2	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3
76	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	2	4	3	3	4	5	4	4	3	3	2
78	2	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4
79	2	3	3	3	4	5	5	3	3	2	2
80	2	5	4	4	2	2	2	5	5	5	5
81	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
82	2	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4
83	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5
84	2	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5
85	2	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2
86	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
87	2	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3
88	1	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
89	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
90	2	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4
91	2	5	5	4	3	4	4	5	3	4	4
92	2	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
93	2	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
94	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
95	2	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3
96	2	4	4	5	3	5	5	3	5	5	4
97	2	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3
98	1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
99	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
100	1	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5

Case Summaries

	KAF.1	KAF.2	KAF.3	KAF.4	KP.1	KP.2	KP.3
1	4	5	4	4	5	4	5
2	4	5	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	4	4	4	5
5	4	3	4	4	4	4	4
6	3	2	3	3	3	3	3
7	3	4	4	3	4	4	5
8	4	4	4	3	4	4	4
9	4	4	3	2	4	4	3
10	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	3	4
12	3	3	3	3	4	3	3
13	3	3	3	3	4	3	4
14	3	3	4	4	3	3	3
15	3	4	4	3	3	3	3
16	4	4	4	4	5	4	4
17	4	4	5	5	3	4	4
18	4	4	4	3	4	4	4
19	4	4	4	4	3	5	5
20	4	4	3	3	4	4	3
21	4	4	3	4	4	4	4
22	3	3	4	2	3	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	3	2	3	3	3	3	3
25	5	5	3	3	4	4	5
26	5	5	4	5	5	4	5
27	5	5	3	3	5	4	5
28	4	3	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	4	3	5
30	3	3	4	3	4	4	4
31	2	2	3	3	3	2	3
32	5	5	4	4	4	3	4
33	3	4	4	5	4	4	5
34	4	4	4	3	4	3	3
35	3	3	4	4	3	3	4
36	4	4	4	4	4	4	4
37	3	3	3	3	3	3	3
38	4	4	4	5	4	4	4
39	5	5	4	5	5	4	5
40	5	4	3	4	4	4	5
41	4	4	4	4	4	4	3
42	5	4	4	3	4	4	4
43	5	5	3	4	4	4	4
44	3	5	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	4	5	4	4	4
47	5	3	5	5	3	4	3
48	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4
50	3	3	4	4	4	4	4

Case Summaries

	KAF.1	KAF.2	KAF.3	KAF.4	KP.1	KP.2	KP.3
51	4	4	5	5	3	4	4
52	4	4	5	5	4	4	4
53	3	4	2	3	4	3	4
54	4	4	3	3	4	4	3
55	4	3	4	4	4	4	4
56	4	3	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	4	5
58	4	4	3	3	4	3	4
59	4	5	4	4	4	4	4
60	4	5	4	4	3	4	3
61	4	4	4	5	4	4	4
62	5	5	5	4	4	4	5
63	4	4	5	5	5	5	5
64	5	5	3	3	4	4	4
65	3	4	4	3	4	3	4
66	4	4	4	4	4	4	4
67	3	3	3	3	4	3	3
68	4	4	4	4	3	4	4
69	5	4	5	4	4	4	5
70	5	5	5	5	3	4	3
71	4	4	4	4	4	3	4
72	4	4	4	4	5	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4
74	5	3	3	2	3	3	3
75	4	4	3	4	3	4	4
76	4	4	4	3	4	4	4
77	4	4	4	4	3	3	3
78	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4
80	3	4	4	3	4	3	4
81	4	5	4	4	4	4	4
82	4	5	4	4	3	4	3
83	5	5	4	3	4	4	4
84	5	4	4	5	3	4	4
85	4	5	3	3	3	2	3
86	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	3	5
88	3	3	4	3	4	3	4
89	3	3	4	3	3	3	3
90	5	5	5	5	5	4	5
91	4	4	5	4	4	4	4
92	5	4	5	5	5	4	5
93	3	5	4	4	4	4	3
94	5	5	4	4	4	4	4
95	3	5	4	4	4	4	5
96	4	3	5	5	3	4	4
97	4	4	4	4	5	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	3	3	4	3	4



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OPK.1	19,41	5,982	,531	,705
OPK.2	19,61	6,240	,474	,721
OPK.3	19,70	6,394	,456	,725
OPK.4	19,58	6,448	,440	,729
OPK.5	19,58	6,185	,465	,724
OPK.6	19,52	5,989	,582	,691

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,48	8,515	2,918	6

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OPP.1	11,40	4,404	,459	,771
OPP.2	11,53	3,827	,629	,691
OPP.3	11,50	3,242	,692	,649
OPP.4	11,56	3,643	,537	,740

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,33	6,244	2,499	4

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KAF.1	11,68	2,583	,523	,625
KAF.2	11,65	2,614	,443	,677
KAF.3	11,74	2,861	,485	,652
KAF.4	11,82	2,452	,531	,620

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,63	4,256	2,063	4

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,706	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP.1	7,72	1,032	,531	,606
KP.2	7,86	1,172	,435	,716
KP.3	7,62	,824	,619	,485

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,60	1,980	1,407	3



Frequencies

Lama operasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5 - 10 tahun	44	44,0	44,0	44,0
	Lebih dari 10 tahun	56	56,0	56,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	



T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Orientasi pada konsumen	100	3,9133	,48633	,04863
Orientasi pada pesaing	100	3,8325	,62468	,06247
Koordinasi antar fungsi	100	3,9075	,51573	,05157
Kinerja perusahaan	100	3,8667	,46902	,04690

One-Sample Test

Test Value = 3.41			
	t	df	Sig. (2-tailed)
Orientasi pada konsumen	10,350	99	,000
Orientasi pada pesaing	6,763	99	,000
Koordinasi antar fungsi	9,647	99	,000
Kinerja perusahaan	9,737	99	,000



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Koordinasi antar fungsi, Orientasi pada pesaing, Orientasi pada konsumen ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741 ^a	,549	,535	,31990

a. Predictors: (Constant), Koordinasi antar fungsi, Orientasi pada pesaing, Orientasi pada konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,954	3	3,985	38,937	,000 ^a
	Residual	9,824	96	,102		
	Total	21,778	99			

a. Predictors: (Constant), Koordinasi antar fungsi, Orientasi pada pesaing, Orientasi pada konsumen

b. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,549	,309		1,775	,079
	Orientasi pada konsumen	,438	,076	,454	5,758	,000
	Orientasi pada pesaing	,174	,056	,232	3,124	,002
	Koordinasi antar fungsi	,239	,074	,263	3,253	,002

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan



TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138