

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN  
YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING  
(Studi Kasus pada UMKM Makanan Minuman di Jombang)**

**ABSTRAKSI**

**Oleh :  
Dinda Ayu Nilam Tariadi**

**Dosen Pembimbing :  
Indra Kurniawan, S.Sos, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh keunggulan bersaing pada UMKM makanan minuman di Kabupaten Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM di Kabupaten Jombang. Sampel dalam penelitian ini adalah 88 orang responden yang menjadi pemilik UMKM makanan minuman yang diambil secara *probability sampling*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis SEM, dimana X menunjuk pada variable orientasi pasar, Y1 pada kinerja perusahaan, dan Y2 pada Keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa semakin baik orientasi pasar maka tidak mampu meningkatkan kinerja perusahaan, Semakin baik orientasi pasar maka mampu meningkatkan keunggulan bersaing, Semakin baik keunggulan bersaing maka mampu meningkatkan kinerja perusahaan, Semakin baik keunggulan bersaing maka mampu memediasi orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan.

**Kata kunci : Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Kinerja Perusahaan**

**INFLUENCES OF MARKET ORIENTATION TO COMPANY PERFORMANCE  
THAT MEDIATED BY COMPETITIVE ADVANTAGE  
(Case Study on Foods and beverages Micro, Small, Medium Company in Jombang)**

**ABSTRACT**

**By :  
Dinda Ayu Nilam Tariadi**

**Lecture :  
Indra Kurniawan, S.Sos, MM**

This research aims to determine the effect of market orientation to company performance that mediated by competitive advantage on Foods and beverages Micro, Small, Medium Company In Jombang. The population in this research are all owners on Foods and beverages Micro, Small, Medium Company In Jombang . The sample in this study was 88 respondents who on Foods and beverages Micro, Small, Medium Company by probability sampling . Data collection is done by using a questionnaire . The analysis used is multiple linear SEM analysis , where X1 refers to the market orientation variable , Y1 refers to the Company Performance , Y2 refers to the competitive advantage. Based on the results of the study concluded that more better of market orientation so can't increase company performance, More better market orientation can increase competitive advantage, more better competitive advantage can increase company performance, more better competitive advantage can mediate market orientation to company performance.

***Keywords : market orientation, Competitive Advantage,  
Company Performance.***