

**LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH : BUKU**

1

Judul Buku : Orientasi Pasar (Konsep Model dan Evaluasi)
 Jumlah penulis : 1 orang
 Status pengusul : penulis Utama

Identitas Buku : a. ISBN : 978-623-7739-57-9
 b. Edisi : Pertama
 c. Tahun Terbit : 2020
 d. Penerbit : EL-MARKAZI
 e. Jumlah halaman : 50

Kategori Publikasi karya Ilmiah : Buku Monograf

(beri ✓ pada kategori yang tepat) Buku referensi

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai5)	Nilai Maksimal Buku.....		Nilai Yang Diperoleh 7)
	Buku monograf <input type="text" value="20"/>	buku referensi <input type="text"/>	
a. Kelengkapan unsur isi buku (10%)	2		2
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6		5
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	6		5
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan / buku (30%)	6		5
Total = (100%)	20		17

Catatan Penilaian paper oleh Reviewer :

- **Kelengkapan unsur isi :**
- **Kelengkapan unsur isi :**
Memenuhi unsur buku monograf : judul, kata pengantar, daftar isi, pendahuluan , hasil penelitian dan kesimpulan ada semuanya
- **Lingkup Pembahasan :**
Orientasi pasar dalam kajian teoritis, model, dan evaluasi yang ditulis berdasarkan dua hasil penelitian. Hasil penelitian yang menunjukkan kaitan antara orientasi pasar dengan kinerja perusahaan yang dimediasi oleh inovasi produk (barang dan jasa)
- **Kemutakhiran :**
Didukung referensi yang mutakhir dan mendukung penulisan buku ini.
- **Kualitas terbitan :**
- Penerbit memiliki reputasi yang baik, sebagai anggota IKAPI

Reviewer 1



Prof. Dr. Endang Larasati Setianingsih, M.S
 NIP 195706181983032001
 Unit kerja : FISIP Undip

LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH :BUKU Teks

JudulBuku : Orientasi Pasar (Konsep Model dan Evaluasi)
 Jumlah penulis : 1 orang
 Status pengusul :penulis Utama

Identitas Buku : a. ISBN : 978-623-7739-57-9
 b. Edisi : Pertama
 c. Tahun Terbit : 2020
 d. Penerbit : EL-MARKAZI
 e. Jumlah halaman : 50

Kategori Publikasi karya Ilmiah : Buku Monograf

(beri ✓ pada kategori yang tepat) Buku Teks

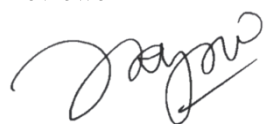
Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai5)	Nilai MaksimalBuku.....		Nilai Yang Diperoleh 7)
	Buku monograf <input type="text" value="20"/>	Nasional <input type="text"/>	
a. Kelengkapan unsur isi buku (10%)	2		1
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6		4,5
c. Kecukupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi (30%)	6		5
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan / buku (30%)	6		3
Total = (100%)	20		13,5

Catatan Penilaian paper oleh Reviewer :

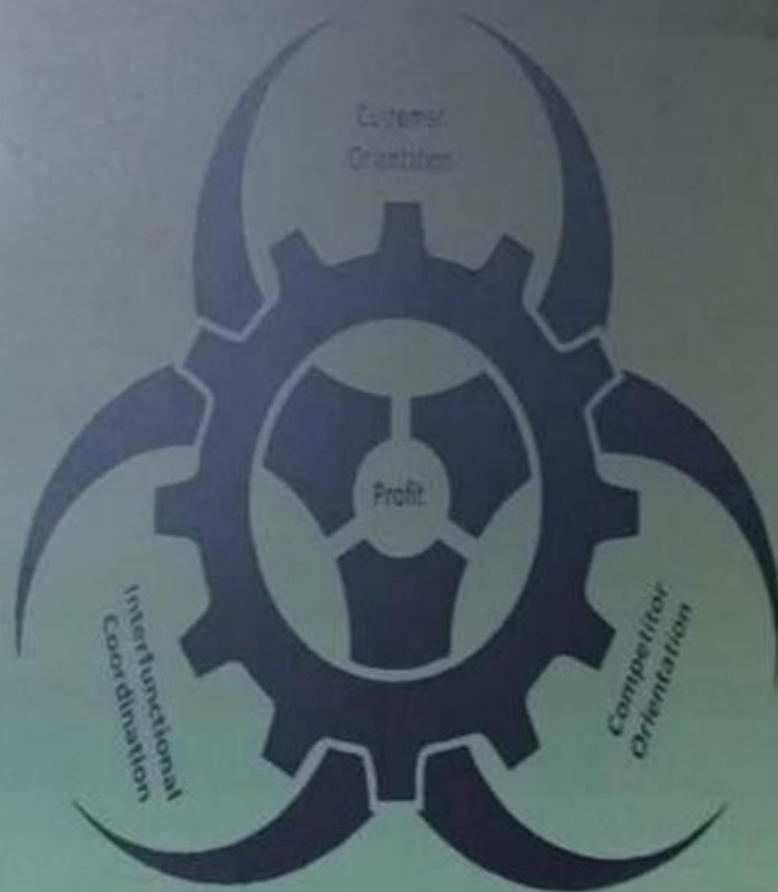
- a. Kelengkapan unsur isi :**
 Memenuhi unsur buku monograf : judul, kata pengantar, daftar isi, pendahuluan, hasil penelitian, kesimpulan dan saran tetapitidakada glossary, singkatan dan index. (skor = 1).
- b. Lingkup Pembahasan :**
 Pembahasandarimonografnimengarahke orientasi pasar dalam kajian teoritis, model, dan evaluasi yang ditulis berdasarkan dua hasil penelitianseharusnyahanyasatudulpenelitian saja. Monografnimenjelaskan kaitan antara orientasi pasar dengan kinerja perusahaan yang dimediasi oleh inovasi produk (barang dan jasa) . (skor = 4,5).
- c. Kemutakhiran :**
 Bukuini didukung beberapareferensi yang up to date dan data-data penelitian yangdigunakanakurat.(skor = 5).
- d. Kualitas terbitan :**
 Bukuinimempunyai ISBN tetapikualitascetakanbukuinikurangbagus, cetakandalambuku juga kurangbagus, walapun penerbit sebagai anggota IKAPI. (skor = 3).

Semarang, 29 Mei ,2020
 Reviewer 2



Prof.Dr.Dra.Ari Pradhanawati, M.S
 NIP.196105011987102001
 Unit kerja : FISIP Undip

MONOGRAF
ORIENTASI PASAR
KONSEP, MODEL DAN EVALUASI



Dr. Drs. Ngatno, MM

MONOGRAF
ORIENTASI PASAR
KONSEP, MODEL DAN EVALUASI

UPY PONDOK WATANDAMBA LUNDIP	
No. Dett. :	676 / K1 / Psip
Tgl. :	09 / 11 - 2020

Dr. Drs. Ngatno, MM



EL-MARKAZI
publish your dreams with a book

MONOGRAF
ORIENTASI PASAR
KONSEP, MODEL DAN EVALUASI

Penulis :
Dr. Drs. Ngatno, MM

Ukuran :
vi, 50 hlm, Uk: 17 cm x 24 cm
ISBN : 978-623-7739-57-9

Cetakan Pertama :
Maret 2020
Hak Cipta 2020, Pada Penulis
Isi diluar tanggung jawab percetakan
Copyright © 2020 by Elmarkazi Publisher
All Rights Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT ELMARKAZI
Anggota IKAPI
Jl.RE.Martadinata RT.26/05 No.43 Pagar Dewa,
Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu 38211
Website: www.elmarkazi.com dan www.elmarkazistore.com
E-mail: elmarkazipublisher@gmail.com

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala limpahan rahmat dan hidayah Nya, penyusunan buku monograf “Orientasi Pasar – Model dan Evaluasi” dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan serta dorongan khususnya kepada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Disamping itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pembaca yang telah menggunakan buku ini sebagai panduan dalam memperkaya wawasan di bidang bisnis.

Akhir kata, segala kritik atau masukan yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati dalam rangka meningkatkan kesempurnaan buku ini.

Semarang, Nopember 2019

Ngatno

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel	iii
Daftar Gambar	iii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Tinjauan Literatur.....	2
1.2.1. Akar Sejarah Orientasi Pasar.....	2
1.2.2. Orientasi Pasar Responsif menuju Orientasi Pasar Proaktif	7
1.2.3. Pendekatan untuk Memuaskan Kebutuhan Pelanggan dalam Orientasi Pasar Responsif dan Proaktif	12
1.2.4. Pendekatan untuk Antisipasi Pesaing dalam Orientasi Pasar Responsif dan Proaktif.....	14
1.2.5. Berbagai Penelitian Orientasi Pasar Responsif dan Orientasi Pasar Proaktif	17
1.3. Model Orientasi Pasar Secara Komprehensif.....	24
BAB II	
MODEL PENELITIAN PERTAMA	29
2.1. Model Orientasi Pasar Penelitian Pertama.	29
2.2. Pengukuran Variabel Model Pertama.	29
2.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian Pertama.	30
BAB III	
MODEL PENELITIAN KEDUA	34
3.1. Pengantar.....	34
3.2. Metode Penelitian Kedua	34
3.3. Pengukuran Penelitian Kedua.	35
3.3.1. Validitas	36
3.3.2. Reliabilitas	36
3.4. Hasil dan Pembahasan Penelitian Kedua.	38
3.4.1. Pengujian Hipotesis	38
3.4.2. Pembahasan	40
BAB IV	
PENUTUP	44
4.1. Kesimpulan.	44
4.2. Saran.....	44

Daftar Tabel

<i>Tabel 1: Scala Pengukuran Orientasi Pasar.....</i>	30
<i>Tabel 2: Hasil Koefisien Hubungan antara Orientasi Pelanggan dan Pesaing dengan Kinerja Perusahaan Melalui Inovasi Produk.....</i>	31
<i>Tabel 3: Hasil Model Pengukuran Pada Penelitian Kedua.....</i>	37
<i>Tabel 4: Hasil Analisis Model Struktural Pada Penelitian Kedua.....</i>	39

Daftar Gambar

<i>Gambar 1: Sejarah Perkembangan Orientasi Pasar Tahun 1950-an Sampai Sekarang (Diadopsi dari Zebal, 2003).....</i>	3
<i>Gambar 2: Rangkaian Inteligensi Pasar dari Responsif ke Proaktif (Mohr, et al., 2010).....</i>	10
<i>Gambar 3: Klasifikasi Orientasi Pasar (Nishikawa, 2010).....</i>	11
<i>Gambar 4: Kecenderungan Untuk Memuaskan Kebutuhan Pelanggan Saat Ini dan Kebutuhan Pelanggan Yang Akan Datang (Ketchen, et al., 2007).....</i>	12
<i>Gambar 5: Pendekatan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dalam Orientasi Pasar Responsif dan proaktif (Herhausen, 2015).....</i>	13
<i>Gambar 6: Pendekatan untuk Mengantisipasi Pesaing dalam Orientasi Pasar Responsif dan Proaktif (Mohr et.al.,2010 dan Herhausen, 2011).....</i>	15
<i>Gambar 7: Orientasi Pasar Total dalam Orientasi Pasar Responsif dan Proaktif (Diadopsi dari Mohr et.al.,2010 dan Herhausen, 2011.).....</i>	16
<i>Gambar 8: Integrasi Dimensi Orientasi Pasar Responsif dan Proaktif (Diadopsi dari Slater dan Narver, 1994).....</i>	25
<i>Gambar 9: Kerangka Konseptual Orientasi Pasar Dengan Pendekatan Modal Intelektual (Diadopsi dari Renko, 2006).....</i>	26
<i>Gambar 10: Model Konseptual Orientasi Pasar Secara komprehensif (Ngatno, 2019 Inderscience).....</i>	28
<i>Gambar 11: Model Penelitian Hubungan antara Orientasi Pelanggan dan Orientasi Pesaing dengan Kinerja Perusahaan Melalui Inovasi Produk.....</i>	29
<i>Gambar 12: Hasil Analisis Hubungan antara Orientasi Pelanggan dan Orientasi Pesaing dengan Kinerja Perusahaan Melalui Inovasi Produk.....</i>	31
<i>Gambar 13: Model Penelitian Hubungan antara Orientasi Pelanggan Proactive dan Orientasi Pesaing Proaktif dengan Kinerja Perusahaan yang dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan dan Intensitas Persaingan.....</i>	34



Dr.Drs. Ngatno, MM adalah dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang. Ia menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Administrasi Bisnis FISIP-UNDIP tahun 1986. Pendidikan Magister Manajemen diselesaikan pada Fakultas Ekonomi UNDIP tahun 2008 dan pendidikan S3 diselesaikan pada tahun 2014 di FIA UNIBRAW.

Dalam kegiatan sehari-hari ia sebagai dosen pengampu mata kuliah manajemen pemasaran, manajemen strategi, metodologi penelitian Orientation, service innovation and performance. (b) Proactive Market Orientation, Radical Service Innovation, and Performance: Moderating Effects of Size and Competitive Intensity, (c) Human Capital, Entrepreneurial Capital and SMEs Performance: The Mediating Effect of Competitive Advantage, (d) A Survey of Market Orientation in Public and Nonprofit Organization (MO-PNPO) Research (2005-2015), dan (e) The Role of Adaptive Ability Towards Firm Performance: Moderating Effect of Firm Size and Age. Buku yang pernah ditulis antara lain: (a) Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi dengan Program SPSS, (b) Metodologi Penelitian Bisnis, (c) Manajemen Pemasaran, dan (d) Analisis Data Penelitian dengan Program GSCA.



Anggota IKAPI
Jl.RE.Martadinata RT.26/05 No.43 Pagar Dewa,
Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu 38211
Website: www.elmarkazi.com dan
www.elmarkazistore.com
E-mail: elmarkazipublisher@gmail.com

ISBN 978-623-7739-57-9

