

Pengaruh Market Orientation terhadap Competitive Advantage (Studi pada Bisnis Mahasiswa Universitas Indonesia) = The Effect of Market Orientation on Competitive Advantage (Study of Student Business at the University of Indonesia)

Salwa Sharfina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920539091&lokasi=lokal>

Abstrak

Mahasiswa merupakan generasi kritis yang memiliki ide-ide maju. Hal ini membuat membuat banyak dari mereka yang memiliki ketertarikan untuk berkarir sebagai wirausaha. Namun, menurut berbagai sumber data, belum banyak bisnis mahasiswa yang mampu memiliki keunggulan bersaing dari para kompetitor. Maka, tujuan dari penulisan ini adalah untuk melihat pengaruh market orientation terhadap competitive advantage pada bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa Universitas Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada responden, yaitu mahasiswa Universitas Indonesia program sarjana yang memiliki bisnis minimal satu tahun berjalan. Penelitian ini mendapatkan total 128 responden yang berkontribusi. Analisis data kemudian dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan analisis regresi. Dari hasil pengumpulan data, disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Indonesia sebagian besar telah menerapkan market orientasi pasar dalam menjalankan bisnisnya, sehingga mampu membangun keunggulan bersaing bisnis. Berdasarkan hasil analisis data, market orientation melalui kedua dimensinya, berpengaruh terhadap competitive advantage.

.....Students are a critical generation who have advanced ideas. This makes many of them interested in pursuing a career as an entrepreneur. However, according to various data sources, not many student businesses are able to have a competitive advantage over their competitors. So, the purpose of this writing is to see the influence of market orientation on competitive advantage in businesses run by University of Indonesia students. This research uses quantitative methods with purposive sampling techniques. This research was conducted by distributing questionnaires via Google Form to respondents, namely University of Indonesia undergraduate students who have had a business running for at least one year. This research received a total of 128 respondents who contributed. Data analysis was then carried out using SPSS with regression analysis. From the results of data collection, it was concluded that most of the University of Indonesia students had implemented a market orientation in running their business, so they were able to build a competitive business advantage. Based on the results of data analysis, market orientation, through its two dimensions, influences competitive advantage.