

## ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah persaingan home industri souvenir yang semakin ketat. Untuk mampu bersaing, Home industri souvenir ini harus memperhatikan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan serta menciptakan keunggulan bersaing pada produk souvenir yang dihasilkan. Maka home industri souvenir harus inovatif untuk mencapai keunggulan bersaing yaitu dengan cara berorientasi pasar dan berorientasi kewirausahaan.

Rumusan masalah adalah (1) “Apakah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada home industri souvenir di Kecamatan Manyar Surabaya?” (2) “Apakah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada home industri souvenir di Kecamatan Manyar Surabaya?” (3) “Diantara kedua variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap keunggulan bersaing pada home industri di Kecamatan Manyar Surabaya?”. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan membuktikan Apakah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada home industri souvenir di Kecamatan Manyar Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen souvenir home industri di kecamatan Manyar surabaya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, lebih tepatnya peneliti menggunakan teknik *Purposive sampling* dengan memilih objek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

$$Y = -1,231 + 0,609 X_1 + 0,623 X_2 + e$$

Dari perolehan nilai persamaan model regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien regresi yang positif. Artinya ada pengaruh positif orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan secara parsial (Uji t) variabel orientasi pasar (X1) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,186 dan hasil  $t_{tabel}$  1,660 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan variabel orientasi kewirausahaan (X2) memiliki  $t_{hitung}$  11,314 dan hasil  $t_{tabel}$  1,660 dengan tingkat signifikansi 0,000. dan secara simultan (Uji f) nilai  $f_{hitung} = 386.009$  dan  $f_{tabel} = 3,09$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , dengan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh paling dominan. Nilai determinasi 88,8%.

**Kata kunci : Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing.**