**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis dan Dimensi Kinerja Bisnis**

**Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis**

1. **Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis**

Yang (2008), Wulandari (2009) dan Huang, et al (2011) menjelaskan hubungan antara orientasi kewirausahaan dengankinerja bisnis perusahaan sebagaihubungan yang memiliki pengaruh yang positif secara signifikan. Huang, et al (2011), menambahkan bahwa walaupun memiliki hubungan yang positif dan signifikan dijelaskan bahwa implikasi kinerja dari orientasi kewirausahaan ini sangat tergantung kepada suasana yang ada di perusahaan.

1. **Hubungan Inovasi dan Kinerja Bisnis**

Sebuah penelitian telah menunjukkan sebuah hubungan antara inovasi dan kinerja bisnis. Calantone, et al 2001 dalam risetnya yang berjudul Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance.telah membuktikan bahwa terdapat hubungan antara inovasi dan kinerja bisnis.

1. **Hubungan Pembelajaran Organisasi dengan Kinerja Bisnis**

Terkait hubungan antara pembelajaran organisasi, Therin (2002) dalam riset mereka yang berjudul Organizational Learning and Innovation in High-Tech Small Firms, telah menemukan keterkaitan antara pembelajaran organisasi dengan kinerja bisnis. Mereka menyatakan bahwa pembelajaran organisasi mempengaruhi kinerja bisnis secara langsung.

1. **Hubungan Orientasi Pasar dengan Kemampuan Pemasaran**

Beberapa penelitian telah menemukan hubungan antara variable orientasi pasar dengan kemampuan pemasaran. Ngo dan O’Cast (2012) dalam penelitian yang berjudul *In Search of Innovation and Customer-related Performance Superiority: The Role of Market Orientation, Marketing Capability, and Innovation Capability Interactions* menemukan hubungan antara kemampuan pemasaran dengan orientasi pemasaran. Peneliti lainya, Morgan et al (2009) dalam sebuah penelitian yang berjudul *Market orientation, marketing capabilities, and firm performance* juga menemukan hubungan antara orientasi pasar dengan kemampuan pemasaran pada sebuah penelitian pada lintas industri.

1. **Hubungan Kemampuan Pemasaran dengan Kinerja Bisnis**

Beberapa peneliti telah menemukan hubungan antara variable kepampuan pemasaran dengan koinerja bisnis. Salah satunya adalah Chang, et al (2010). Chang et al (2010) dalam penelitiannya yang berjudul How does CRM technology transform into organizational performance? A mediating role of marketing capability, telah menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara teknologi CRM dengan kinerja bisnis yang dimediasi oleh variable kemampuan pemasaran pada konteks perusahaan korea. Temuan lainnya adalah hasil penelitian Mohammed dan Rashid (2012) yang berjudul Customer Relationship Management (CRM) in Hotel Industry: A framework Proposal on the Relationship among CRM Dimensions, Marketing Capabilities and Hotel Performance. Pada penelitian ini ditemukan hubungan antara kemampuan pemasaran dengan kinerja perusahaan dalam industri perhotelan. Diaconu (2011) dengan penelitian yang berjudul Considerations about the Relationship between the Work Satisfaction – Marketing Capabilities and the Performance in the Performing Services Organization juga menemukan hubungan antara kemampuan pemasaran dan kinerja bisnis pertunjukkan.

1. **Hubungan Nilai Pelanggan dengan kinerja bisnis**

Tan (2007) menemukan hubungan antara nilai pelanggan dan kinerja bisnis pada penelitian yang *sources of competitive advantage for emerging fast growth small-to medium enterprises: the role of business orientation, marketing capabilities, customer value dan firm performance.* Peneliti lainnya yang menemukan hubungan antara nilai pelanggan dan kemampuan pemasaran adalah Slater dan Naver 1994) dalam tulisan berjudul *Market Orientation, Customer Value dan Superior Performance menjelaskan hubungan antara orientasi pasar dan nilai pelangan*