

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kinerja Pemasaran	9
2.2 Kreativitas Program Pemasaran	12
2.3 Orientasi Pasar	14
2.4 Keunggulan Bersaing.....	17
2.5 Hubungan Antar Variabel	20

2.5.1	Pengaruh Kreativitas Program Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing	20
2.5.2	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.....	21
2.5.3	Pengaruh Kreativitas Program Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	23
2.5.4	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran	24
2.5.5	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	25
2.6	Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	30
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6	Uji Instrumen	34
3.7	Metode Analisis Data.....	35
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	35
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3	Path Analysis atau Analisis Jalur	37
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	38
3.7.5	Uji Intervening	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum Responden	42
4.1.2 Uji Instrumen	45
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	47
4.2 Analisis Kuantitatif	53
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	53
4.2.2 Metode Path Analysis	56
4.2.3 Uji Intervening	63
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Pengaruh Kreativitas Program Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing	66
4.3.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.....	67
4.3.3 Pengaruh Kreativitas Program Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	68
4.3.4 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran	70
4.3.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	71
4.3.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pendapatan UMKM Makanan	4
Tabel 3. 1	Penentuan Sampel Berdasarkan Wilayah	29
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4. 1	Usia Responden.....	42
Tabel 4. 2	Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan Responden	44
Tabel 4. 4	Masa Melakukan Usaha Responden	44
Tabel 4. 5	Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 6	Uji Reliabilitas Variabel	47
Tabel 4. 7	Rentang Skala Variabel Penelitian	48
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden Tentang Kreativitas Program Pemasaran	48
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden Tentang Orientasi Pasar	49
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Keunggulan Bersaing	51
Tabel 4. 11	Tanggapan Responden Tentang Kinerja Pemasaran	52
Tabel 4. 12	Uji Normalitas Data.....	53
Tabel 4. 13	Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 14	Uji Heterokedastisitas (Glejser).....	55
Tabel 4. 15	Persamaan Regresi Model I.....	56
Tabel 4. 16	Persamaan Regresi Model II.....	57
Tabel 4. 17	Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
Gambar 3. 1	Mediasi Kreativitas Program Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	40
Gambar 3. 2	Mediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	40
Gambar 4. 1	Mediasi Kreativitas Program Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	64
Gambar 4. 2	Mediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	65