

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat dan Kontribusi Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Kinerja Pemasaran	8
2.1.2. Kreativitas Pemasaran.....	10

2.1.3.	Keinovasian Produk	13
2.1.4.	Keunggulan Bersaing	16
2.2.	Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1.	Kreativitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing	19
2.2.2.	Pengaruh Keinovasian Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	19
2.2.3.	Pengaruh Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	21
2.2.4.	Pengaruh Keinovasian Produk terhadap Kinerja Pemasaran	22
2.2.5.	Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	23
2.3.	Kerangka Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1.	Jenis Penelitian	26
3.2.	Populasi dan Sampel	26
3.3.	Jenis dan Sumber Data	27
2.3.1.	Jenis Data	27
2.3.2.	Sumber Data.....	27
3.4.	Metode Pengumpulan Data	28
3.4.1.	Data Primer	28
3.4.2.	Data Sekunder	29
3.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29

3.6.	Metode Analisis Data	30
3.6.1.	Analisis Deskriptif Variabel.....	30
3.6.2.	Analisis Kuantitatif	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	38
4.1.1.	Karakteristik Responden	38
4.1.2.	Uji Instrumen	41
4.1.3.	Analisis Deskriptif Variabel.....	44
4.2.	Uji Asumsi Klasik	48
4.2.1.	Uji Normalitas.....	48
4.2.2.	Multikolinearitas	48
4.2.3.	Heteroskedastisitas.....	49
4.3.	Metode Path Analysis.....	50
4.3.1.	Persamaan Regresi	50
4.3.2.	Pengujian Hipotesis.....	52
4.3.3.	Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.3.4.	Uji Sobel Test.....	55
4.4.	Pembahasan.....	58
4.4.1.	Pengaruh Kreatifitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing.....	58
4.4.2.	Pengaruh Keinovasian Produk terhadap Keunggulan bersaing	59

4.4.3. Pengaruh Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	60
4.4.4. Pengaruh Keinovasian Produk terhadap Kinerja UKM	62
4.4.5. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	63
4.4.6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Implikasi Teoritis	69
5.3. Implikasi Manajerial	70
5.4. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPINRA-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
Tabel 1. 1	Omzet Jenis Produksi Textile dan Non Textile Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak Periode 2014 – 2017.....	2
Tabel 3. 1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 4. 1	Usia Responden	38
Tabel 4. 2	Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4. 3	Tingkat Pendidikan Responden	40
Tabel 4. 4	Masa Melakukan Usaha Responden	40
Tabel 4. 5	Uji Validitas KMO.....	42
Tabel 4. 6	Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian	42
Tabel 4. 7	Uji Reliabilitas Variabel	43
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden Tentang Kreativitas Pemasaran.....	44
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden Tentang Keinovasian Produk	45
Tabel 4. 10	Tanggapan Responden tentang Keunggulan Bersaing	46
Tabel 4. 11	Tanggapan Responden Tentang Kinerja Pemasaran	47
Tabel 4. 12	Uji Normalitas Data	48
Tabel 4. 13	Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4. 14	Uji Heterokedastisitas (Uji Glejer)	49
Tabel 4. 15	Rangkuman Hasil Persamaan Regresi	50
Tabel 4. 16	Rangkuman Hasil Koefisien Determinasi.....	54

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
Gambar 4. 1 Analisis Jalur Antar Variabel Penelitian.....	55
Gambar 4. 2 Hasil Mediasi Kreatifitas pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan bersaing	55
Gambar 4. 3 Hasil Mediasi Keinovasian Produk terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan bersaing	57