

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Kinerja Pemasaran .....	10
2.1.2 Orientasi Pasar .....	13
2.1.2.1 Orientasi Pelanggan .....	15

2.1.2.2 Orientasi Pesaing .....	19
2.1.2.3 Koordinasi Interfungsional .....	24
2.1.3 Inovasi Produk .....	27
2.2 Kerangka Pemikiran .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	33
3.3.1 Data Primer .....	33
3.3.2 Data Sekunder .....	33
3.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.5 Teknik Analisis Data .....	36
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
3.5.1.a. Uji Validitas.....	36
3.5.1 b. Uji Reliabilitas.....	37
3.5.1 c. Metode Analisis .....	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.5.2.a Uji Normalitas.....	38
3.5.2.b Uji Multikoloneritas .....	38
3.5.2.c Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.5.3 Pengujian Hipotesis .....	40
3.5.4 Uji Signifikansi Simultan (uji f).....	41

3.5.5 Koefisien Determinasi .....	41
3.5.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t) .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	43
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	43
4.1.2 Umur Usaha Responden .....	44
4.1.3 Deskripsi Variabel .....	45
4.1.3.1 Orientasi Pelanggan .. ..	45
4.1.3.2 Orientasi Pesaing .....	46
4.1.3.3 Koordinasi Interfungsional .....	48
4.1.3.4 Inovasi Produk .....	49
4.1.3.5 Kinerja Pemasaran .....	50
4.2 Analisis Kualitatif .....	52
4.2.1 Variabel Orientasi Pelanggan .....	52
4.2.2 Variabel Orientasi Pesaing .....	54
4.2.3 Variabel Koordinasi Interfungsional .....	58
4.2.4 Variabel Inovasi Produk .....	61
4.2.5 Variabel Kinerja Pemasaran .....	64
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
4.3.a Uji Validitas .....	66
4.3.b Uji Reliabilitas .....	67
4.4 Analisis Kuantitatif .....	68

4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	68
4.4.1.a Uji Normalitas .....	69
4.4.1.b Uji Heterokedastisitas .....	70
4.4.1.c Uji Multikolinieritas .....	71
4.4.2 Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ).....	72
4.4.2.a Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Interfungsional terhadap Inovasi Produk .....	72
4.4.2.b Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Interfungsional dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran .....	73
4.4.3 Koefisien Determinasi .....	74
4.4.4 Pengujian Hipotesis .....	75
4.4.4.a Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Inovasi Produk .....	75
4.4.4.b Pengaruh Orientasi Pesaing terhadap Inovasi Produk .....	75
4.4.4.c Pengaruh Koordinasi Interfungsional pada Inovasi Produk ..	76
4.4.4.d Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	76
4.4.4.e Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran .	77
4.4.4.f Pengaruh Orientasi Pesaing terhadap Kinerja Pemasaran.....	77
4.4.4.g Pengaruh Koordinasi Interfungsional pada Kinerja Pemasaran	78
4.4.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	79
4.4.5.a Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk .....	79

4.4.5.b Pengaruh Orientasi Pesaing terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk .....	80
4.4.5.c Pengaruh Koordinasi Interfungsional terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk .....	80
4.5 Pembahasan .....	81
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>