

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
INTISARI.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Orientasi Pasar.....	10
2.2 Inovasi Produk.....	14
2.3 Keunggulan Bersaing.....	17
2.4 Kinerja Pemasaran.....	19
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.5.1 Hubungan Antara Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.....	21
2.5.2 Hubungan Antara Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	23

2.5.3 Hubungan Antara Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.....	24
2.5.4 Hubungan Antara Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran	25
2.5.5 Hubungan Antara Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran.....	26
2.6 Kerangka Pikir Teoritis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.6 Uji Instrument	34
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	36
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Deskripsi Variabel.....	39
3.7.2 Analisis Kuantitatif (Path Analisis).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	47
4.1.2 Gambaran Tanggapan Variabel.....	48
4.2 Analisis Data.....	55
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	57
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.2.4 Uji Hipotesis.....	65

4.2.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Implikasi Manajerial	77
5.3 Agenda Penelitian Mendatang	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perkembangan Penjualan Batik di UKM Batik Semarang Tahun 2012-2017.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Gambaran Responden Menurut Lama Usaha	47
Tabel 4.2 Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar.....	49
Tabel 4.3 Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk.....	51
Tabel 4.4 Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing	52
Tabel 4.5 Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model 1	58
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model 2.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas (Model 1)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas (Model 2)	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Glejser (Model 1)	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser (Model 2)	61
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda Model 1	62
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linier Berganda Model 2.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 1).....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 2).....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Model 1).....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Model 2).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	74