

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRAC</i>	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Rumusan Masalah	7
1.3Tujuan Penelitian	7
1.4Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Kinerja Pemasaran	9
2.1.2 Keunggulan Bersaing	11
2.1.3 Orientasi Pasar	12
2.1.4 Inovasi Produk	14

2.2 Hubungan Antar Variabel	16
2.2.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	16
2.2.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	17
2.2.3 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	18
2.2.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	19
2.2.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran.....	20
2.3 Model Emperik	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Populasi dan Sempel	23
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Sumber Data.....	24
3.3.1.1 Data Primer	24
3.3.1.2 Data Sekunder	24
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.2.1 Kuesioner	25
3.4 Variabel dan Indikator	26
3.5 Teknik Analisis.....	26
3.5.1 Uji Instrumen	26
3.5.1.1 Uji Validitas.....	27
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	27
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	27

3.5.2.1 Uji Normalitas.....	27
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	28
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	29
3.5.3.1 Uji t	30
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	31
3.5.4.1 Uji F test.....	31
3.5.4.2 Uji Koefisiensi Determinasi.....	32
3.5.4.3 Uji Intervening	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Identitas Pemilik UMKM Lumpia Semarang	33
4.1.1 Karakteristik Responder.....	33
4.2 Analisis Deskripsi	35
4.2.1 Deskripsi Variabel Orientasi Pasar.....	37
4.2.2 Deskripsi Variabel Inovasi Produk.....	38
4.2.3 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing	39
4.2.4 Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran.....	40
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	42
4.3.1 Uji Validitas.....	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.4 Uji Asumsi Klasik	43
4.4.1 Uji Normalitas.....	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas	44

4.4.3 Uji Heterokedastisitas	45
4.5 Analisis Regresi Berganda	46
4.5.1 Persamaan 1	46
4.5.1.1 Pengujian Hipotesis.....	47
4.5.2 Persamaan 2	47
4.5.2.1 Pengujian Hipotesis.....	48
4.6 Uji kelayakan Model.....	49
4.6.1 Uji F test.....	49
4.6.2 Uji Determinasi(R^2)	50
4.7 Hasil Uji Analisis Sobel	51
4.7.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing	51
4.7.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui keunggulan Bersaing.....	52
4.8 Hasil Ringkasan	53
4.9 Pembahasan.....	54
4.9.1 Hubungan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	54
4.9.2 Hubungan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	55
4.9.3 Hubungan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.....	55
4.9.4 Hubungan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran.....	56
4.9.5 Hubungan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58

5.2 Implikasi dan Saran.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan UMKM Lumpia di Semarang	5
Tabel 3.1 Definisi Oprasiaonal dan Skala Pengukuran.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik jenis kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Usia.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	35
Tabel 4.4 Tanggapan Pemilik UMKM Lumpia Mengenai Orientasi Pasar	37
Tabel 4.5 Tanggapan Pemilik UMKM Lumpia Mengenai Inovasi Produk	38
Tabel 4.6 Tanggapan Pemilik UMKM Lumpia Mengenai Keunggulan Bersaing	40
Tabel 4.7 Tanggapan Pemilik UMKM Lumpia Mengenai Kinerja Pemasaran ..	41
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas	42
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Realibilitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.13 Persamaan Regresi Linier Berganda 1	46
Tabel 4.14 Persamaan Regresi Linier Berganda 2	47
Tabel 4.15 Uji F test.....	49
Tabel 4.16 Hasil Koefiensi Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Emperik.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Sobel Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemsaran Melalui Keunggulan Bersaing.....	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Sobel Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemsaran Melalui Keunggulan Bersaing.....	52
Gambar 4.3 Hasil Ringkasan	54