

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
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 .....	8
2.1 Kinerja Bisnis .....	8
2.2 <i>Specialized Marketing Capability</i> .....	9
2.3 Keunggulan Produk.....	12
2.4 <i>Specialized Marketing Capability</i> dan Keunggulan Produk .....	14
2.5 <i>Specialized Marketing Capability</i> dan Kinerja Bisnis .....	14

2.6 Keunggulan Produk dan Kinerja Bisnis .....	15
2.7 Peran Mediasi Keunggulan Produk Dalam Hubungan <i>Specialized Marketing Capability</i> Dengan Kinerja Bisnis .....	15
2.8 Kerangka Pikir Penelitian.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	19
3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	20
3.4 Variabel dan Indikator.....	22
3.5 Teknik Analisis .....	23
3.5.1 Uji Instrumen.....	23
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	24
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	24
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> (ANOVA) .....	26
3.5.5 <i>Sobel Test</i> .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Identifikasi Responden.....	29
4.1.1. Jenis Kelamin .....	30
4.1.2. Usia.....	30
4.1.3. Jabatan .....	30
4.1.4. Pengalaman Usaha .....	31
4.1.5. Pendidikan.....	31
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	32
4.2.1 <i>Specialized Marketing Capability</i> (X).....	32

4.2.2	Keunggulan Produk (Y1) .....	33
4.2.3	Kinerja Bisnis (Y2) .....	34
4.3.	Uji Instrumen.....	35
4.3.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
4.4.	Uji Asumsi Klasik .....	37
4.4.1	Uji Normalitas .....	37
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	38
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	39
4.5.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	39
4.6.	Uji Goodness Of Fit Model .....	41
4.6.1	Uji F (Simultan) .....	41
4.6.2.	Uji Koefisien Determinasi.....	42
4.7	Pengujian Hipotesis.....	43
4.8	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	45
4.9	Pembahasan.....	47
4.9.1	Pengaruh <i>Specialized Marketing Capability</i> Terhadap Keunggulan Produk.....	47
4.9.2	Pengaruh <i>Specialized Marketing Capability</i> Terhadap Kinerja Bisnis .....	49
4.9.3	Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Kinerja Bisnis.....	50
4.9.4	Peran Keunggulan Produk Dalam Memediasi <i>Specialized Marketing Capability</i> Terhadap Kinerja Bisnis .....	52
BAB V	PENUTUP.....	53
5.1	Kesimpulan.....	53

5.2. Implikasi Manajerial .....	54
5.3. Saran.....	54
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	55
5.5 Agenda Yang Akan Datang.....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
KUESIONER PENELITIAN.....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data perkembangan Jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	2
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	22
Tabel 4. 1 Identifikasi Responden.....	29
Tabel 4. 2 <i>Specialized Marketing Capability</i> .....	33
Tabel 4. 3 Keunggulan Produk.....	34
Tabel 4. 4 Kinerja Bisnis.....	35
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
Tabel 4. 6 Uji Normalitas.....	37
Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas .....	38
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda .....	39
Tabel 4. 10 Uji F .....	42
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi .....	43
Tabel 4. 12 Uji Hipotesis .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Pikir .....	17
Gambar 3. 1 <i>Sobel Test</i> .....	28
Gambar 4. 1 Uji Sobel.....	46