

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
INTISARI.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penulisan	7
1.4 Manfaat Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Ekonomi Kreatif	8
2.2 Kinerja Pemasaran	10
2.3 Keunggulan Bersaing.....	12
2.4 Inovasi Produk.....	15
2.5 Promosi Digital.....	17

2.6 <i>Research Gap</i>	21
2.7 Model Empirik	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Responden	29
3.5 Variabel dan Indikator	30
3.6 Teknik Analisis Data	32
1. Uji Instrumen	32
a. Uji Validitas	32
b. Uji Reliabilitas	33
2. Analisis Deskriptif	33
3. Uji Asumsi Klasik.....	33
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Heterokedastisitas	34
c. Uji Multikolinieritas	35
d. Uji Autokorelasi.....	35
e. Uji Linieritas	36
4. Pengujian Hipotesis	36
a. Uji Regresi Linier Berganda dan Analisis Path	36
b. Uji T/Uji Parsial	38
c. Uji F	39
d. Uji <i>R Square</i> /Koefisien Determinasi	39
e. Uji Sobel	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42

4.1.1 Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	45
4.1.2 Karakteristik Responden	46
4.1.3 Analisis Deskriptif	52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	59
a. Uji Normalitas	59
b. Uji Heterokedastisitas	61
c. Uji Multikolinieritas	62
4.1.5 Pengujian Hipotesis	63
1. Persamaan Regresi dan Diagram Jalur	64
2. Uji T/Uji Parsial	70
3. Uji F	74
4. Uji R Square(Koefisien Determinasi).....	76
5. Uji Sobel	78
4.2 Pembahasan	80
4.2.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Kreatif di Indonesia	81
4.2.2 Pengaruh Promosi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Kreatif di Indonesia	82
4.2.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif di Indonesia	83
4.2.4 Pengaruh Promosi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif di Indonesia	84
4.2.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif di Indonesia	85
4.2.6 Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Digital Secara Simultan	

Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Kreatif di Indonesia	86
4.2.7 Pengaruh Inovasi Produk, Promosi Digital dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif di Indonesia	87
4.2.8 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Industri Kreatif di Indonesia	88
4.2.9 Pengaruh Promosi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Industri Kreatif di Indonesia	89
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
5.3 Keterbatasan Penelitian	95
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pertumbuhan PDB Atas Dasar Harga Yang Berlaku & Kontribusi E-kraf Indonesia Tahun 2010-2016	5
Tabel 2. Kendala Yang Dihadapi E-kraf Indonesia Tahun 2016.....	5
Tabel 3. Penggunaan Internet dari 25 Negara Teratas	5
Tabel 4. <i>Research Gap</i>	21
Tabel 5. Variabel dan Indikator Penelitian	31
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	43
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Promosi Digital	43
Tabel 8. Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing	44
Tabel 9. Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran	44
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Sub Sektor Industri Kreatif	46
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	48
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	49
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Tiap Bulan	50
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	52
Tabel 16. Indeks dan Kriteria Variabel Inovasi Produk	54
Tabel 17. Indeks dan Kriteria Variabel Promosi Digital	55
Tabel 18. Indeks dan Kriteria Variabel Keunggulan Bersaing	57
Tabel 19. Indeks dan Kriteria Variabel Kinerja Pemasaran	58
Tabel 20. Hasil Pengujian Multikolinieritas	63
Tabel 21. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Inovasi Produk dan Promosi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing.....	64
Tabel 22. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Inovasi Produk, Promosi Digital dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran....	66
Tabel 23. Model <i>Summary (Dependent Variable: Keunggulan Bersaing)</i>	68
Tabel 24. Model <i>Summary (Dependent Variable: Kinerja Pemasaran)</i>	69

Tabel 25. Tabulasi Hasil Uji t Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	71
Tabel 26. Tabulasi Hasil Uji t Promosi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing.....	72
Tabel 27. Tabulasi Hasil Uji t Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	72
Tabel 28. Tabulasi Hasil Uji t Promosi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran	73
Tabel 29. Tabulasi Hasil Uji t Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	74
Tabel 30. Uji F (Inovasi Produk, Promosi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing)....	75
Tabel 31. Uji F (Inovasi Produk, Promosi Digital dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran)	76
Tabel 32. Uji Koefisien Determinasi-Model Summary : (<i>Dependent Variable:</i> Keunggulan Bersaing	77
Tabel 33. Uji Koefisien Determinasi-Model Summary : (<i>Dependent Variable:</i> Kinerja Pemasaran.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Peningkatan Kinerja Pemasaran.	25
Gambar 2. Diagram Jalur Penelitian.	38
Gambar 3. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ((<i>Dependent Variable: Keunggulan Bersaing</i>)	60
Gambar 4. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ((<i>Dependent Variable: Kinerja Pemasaran</i>).....	60
Gambar 5. Scatterplot ((<i>Dependent Variable: Keunggulan Bersaing</i>).....	61
Gambar 6. Scatterplot ((<i>Dependent Variable: Kinerja Pemasaran</i>).....	62
Gambar 7. Gambar. Diagram Jalur	69
Gambar 8. Hasil Pengujian Sobel <i>Test</i> (Variabel Keunggulan Bersaing, memediasi hubungan variabel inovasi produk dan variabel kinerja pemasaran.....	79
Gambar 9. Hasil Pengujian Sobel <i>Test</i> (Variabel Keunggulan Bersaing, memediasi hubungan variabel promosi digital dan Variabel Kinerja Pemasaran.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Olah Data Penelitian

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik (Normalitas)

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik (Heterokedastisitas)

Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik (Multikolinieritas)

Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Model 1 (Keunggulan Bersaing Y1 sebagai Variabel Dependen)

Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Model 2 (Kinerja Pemasaran Y sebagai Variabel Dependen)