

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI .....	v
ABSTRACT .....	vi
INTISARI .....	vii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan teori .....	8
2.1.1 Kinerja UKM .....	8

2.1.2	Orientasi pelanggan.....	9
2.1.3	Keinovasian produk .....	12
2.1.4	Keunggulan produk.....	16
2.2	Hubungan Antar Variabel .....	19
2.2.1	Pengaruh orientasi pelanggan terhadap keunggulan produk .....	19
2.2.2	Pengaruh keinovasian produk terhadap keunggulan produk .....	20
2.2.3	Pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja UKM ....	21
2.2.4	Pengaruh keinovasian produk terhadap kinerja UKM....	22
2.2.5	Pengaruh keunggulan produk terhadap kinerja UKM ....	22
2.3	Kerangka pemikiran teoritis.....	23

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel .....	25
3.3	Jenis dan sumber data.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5	Definisi Operasional Variabel dan pengukuran variabel .....	27
3.6	Metode Analisis Data .....	28
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	28
3.6.2	Uji instrumen.....	28
3.6.3	Uji asumsi klasik.....	29
3.6.4	Analisis metode path analysis .....	31

	3.6.5	Pengujian hipotesis .....	32
	3.6.6	Uji sobel test.....	33
<b>BAB IV</b>		<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	35
	4.1.1	Karakteristik Responden.....	35
	4.1.2	Uji Instrumen .....	37
	4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel .....	39
	4.2	Uji asumsi klasik.....	43
	4.3	Metode path analysis.....	46
	4.2.1	Persamaan regresi .....	46
	4.2.2	Pengujian hipotesis .....	47
	4.2.3	Uji kelayakan model .....	49
	4.2.4	Uji sobel test .....	51
	4.4	Pembahasan.....	55
	4.3.1	Pengaruh orientasi pelanggan terhadap keunggulan produk .....	55
	4.3.2	Pengaruh keinovasian produk terhadap keunggulan produk .....	56
	4.3.3	Pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja UKM ....	57
	4.3.4	Pengaruh keinovasian produk terhadap kinerja UKM ....	58
	4.3.5	Pengaruh keunggulan produk terhadap kinerja UKM ....	60
	4.3.6	Pengaruh langsung dan tidak langsung.....	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Implikasi manajerial.....	64
5.3 Keterbatasan dan agenda penelitian mendatang .....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1.1	Data penjualan UKM Konveksi Terbesar di Kota Kudus ..... 3
3.1	Definisi operasional variabel ..... 27
4.1	Tingkat pengambilan sampel ..... 35
4.2	Karakteristik responden ..... 36
4.3	Uji validitas indikator variabel penelitian ..... 38
4.4	Uji reliabilitas..... 39
4.5	Tanggapan responden tentang orientasi pelanggan..... 40
4.6	Tanggapan responden tentang keinovasian produk ..... 41
4.7	Tanggapan responden tentang keunggulan produk..... 42
4.8	Tanggapan responden tentang kinerja UKM ..... 43
4.9	Uji normalitas data ..... 44
4.10	Uji multikolinieritas ..... 44
4.11	Uji heteroskedastisitas ..... 45
4.12	Rangkuman hasil persamaan regresi ..... 46
4.13	Rangkuman Uji F test ..... 50
4.14	Rangkuman hasil koefisien determinasi..... 51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka pemikiran teoritis.....	24
4.1 Hasil mediasi orientasi pelanggan terhadap kinerja UKM melalui keunggulan produk.....	52
4.2 Hasil mediasi keinovasian produk terhadap kinerja UKM melalui keunggulan produk.....	53