

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
Motto dan Persembahan	v
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2Manfaat Praksis.....	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Kinerja Pemasaran	8
2.2. Keunggulan Bersaing.....	10
2.3. Inovasi Layanan	11

2.4 Orientasi Pelanggan	13
2.5 Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing.....	15
2.6 Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Keunggulan Bersaing.....	15
2.7 Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran	16
2.8 Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kinerja Pemasaran	16
2.9 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran.....	17
2.10 Peran Mediasi Keunggulan Bersaing dalam Hubungan Orientasi Pelanggan dengan Kinerja Pemasaran.....	18
2.11 Peran Mediasi Keunggulan Bersaing dalam Hubungan Inovasi Layanan dengan Kinerja Pemasaran.....	18
2.12 Model Empirik Penelitian	19
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	23
3.3.1 Sumber Data.....	23
3.3.2Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	24
Definisi Operasional dan Indikator	24
3.5 Teknik Analisis Data.....	25
3.5.1 Uji Validitas dan Reabilitas	26
3.6. Uji Asumsi Klasik.....	27
1. Uji Normalitas.....	27

2. Uji Multikolinieritas.....	27
3. Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.7. Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.8. Uji Hipotesis	29
1. Uji t.....	29
2. Uji F	29
3.9. Koefisien Determinasi.....	30
3.10. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	31
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan UMKM di Kab. Demak Tahun 2017-2019	5
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	25
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pengalaman berusaha	34
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan tahun berdiri	35
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan wilayah penjualan.....	36
Tabel 4.7 Rentang Skala Variabel Penilaian.....	37
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Pelanggan	38
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Layanan	40
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing.....	41
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Model 1	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Model 2	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas Model 1	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Model 2.....	51
Tabel 4.20 <i>Path Analysis</i>	51

Tabel 4.21 Hasil Uji T Model 1	54
Tabel 4.22 Hasil Uji T Model 2	55
Tabel 4.23 Nilai <i>R Square</i> Model 1	57
Tabel 4.24 Nilai <i>R Square</i> Model 2	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik Penelitian	20
Gambar 4.1 Efek Mediasi Keunggulan Bersaing pada Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran	58
Gambar 4.2 Perhitungan Sobel Test Pada Efek Mediasi Pertama	59
Gambar 4.3 Efek Mediasi Keunggulan Bersaing pada Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kinerja Pemasaran	60
Gambar 4.4 Perhitungan Sobel Test Pada Efek Mediasi Pertama	60