

## Daftar Isi

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Halaman Pengesahan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Motto Dan Persembahan.....	v
Kata pengantar .....	vii
Abstract.....	ix
Abstract.....	x
Intisari .....	xi
Daftar Isi .....	xiii
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Tabel .....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II Kajian Pustaka.....	9
2.1 Orientasi Pasar .....	9
2.2 Keinovasian Produk.....	11
2.3 Kapabilitas Pemasaran Khusus .....	13
2.4 Kinerja Pemasaran .....	14
2.5 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keinovasian Produk .....	16
2.6 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kapabilitas Pemasaran Khusus .....	17
2.7 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran .....	17
2.8 Pengaruh Keinovasian Produk terhadap Kinerja Pemasaran .....	19
2.9 Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Khusus terhadap Kinerja Pemasaran.....	20
2.10 Kerangka Pikir .....	21
BAB III Metode Penelitian .....	23

3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1	Populasi.....	23
3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	25
3.3.1	Data Primer .....	25
3.3.2	Data Sekunder .....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5	Variabel dan Indikator .....	26
3.6	Teknis dan Analisis Data .....	28
3.6.1	Uji Instrumen .....	28
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.3	Uji Hipotesis .....	31
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....		35
4.1	Deskripsi Responden .....	35
4.2	Deskripsi Variabel .....	36
4.3	Analisis Data.....	42
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.3.3	Uji Regresi Linier Berganda .....	45
4.4	Pengujian Hipotesis .....	47
4.4.1	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keinovasian Produk.....	47
4.4.2	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kapabilitas Pemasaran Khusus.....	48
4.4.3	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran .....	48
4.4.4	Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Khusus Terhadap Kinerja Pemasaran ..	49
4.4.5	Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	49
4.4.6	Koefisien Determinasi.....	50
4.4.7	Uji Sobel Test .....	51
4.5	Pembahasan.....	54
4.5.1	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keinovasian Produk.....	54
4.5.2	Peran Orientasi Pasar Terhadap Kapabilitas Pemasaran Khusus .....	55
4.5.3	Peran Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran .....	57
4.5.4	Peran Kapabilitas Pemasaran Khusus Terhadap Kinerja Pemasaran.....	58
4.5.5	Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Khusus Terhadap Kinerja Pemasaran ..	60

BAB V Penutup .....	62
5.1    Simpulan .....	62
5.2    Implikasi Manajerial .....	63
5.3    Keterbatasan Penelitian.....	64
5.4    Agenda Penelitian Mendatang .....	65
Daftar Pustaka.....	66
Lampiran.....	69



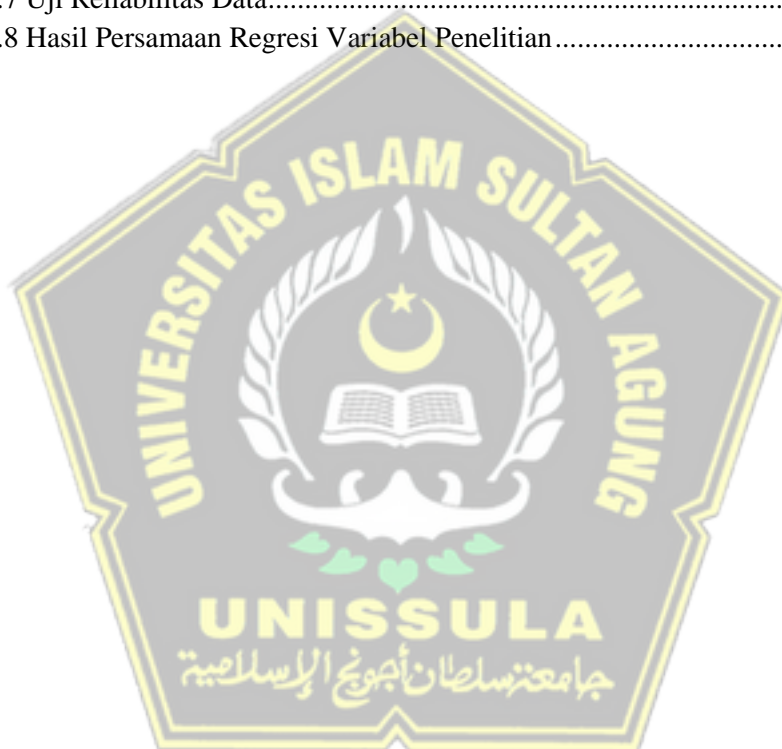
## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Kerangka Pikir .....	22
Gambar 3.1 Model Uji Sobel 1 .....	34
Gambar 3.1 Model Uji Sobel 1 .....	34



## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Perkembangan Sentral Usaha Batik di Kota Pekalongan Tahun 2015-2017 .....	3
Tabel 3.1 Pengambilan Sampel UMKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2017 .....	25
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator .....	27
Tabel 4.1 Deskripsi Responden .....	35
Tabel 4.2 Nilai Indeks Variabel Orientasi Pasar .....	38
Tabel 4.3 Nilai Indeks Variabel Keinovasian Produk .....	39
Tabel 4.4 Nilai Indeks Variabel Kapabilitas Pemasaran Khusus .....	40
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran .....	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Data .....	42
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Data .....	43
Tabel 4.8 Hasil Persamaan Regresi Variabel Penelitian .....	46



## Daftar Lampiran

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	75
Lampiran 3: Uji Validitas .....	83
Lampiran 4: Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 5: Uji Multikolinieritas.....	88
Lampiran 6: Uji Normalitas .....	89
Lampiran 7: Uji Heterokedastisitas.....	91
Lampiran 8: Uji Hipotesis dan Regresi.....	92
Lampiran 9: Uji Sobel.....	95

