

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kinerja Pemasaran.....	11
2.1.1 Indikator Kinerja Pemasaran.....	11
2.2 Inovasi Produk	12
2.2.1 Indikator Inovasi Produk.....	14
2.3 Orientasi Pasar	14
2.3.1 Indikator Orientasi Pasar	15
2.4 Keunggulan Bersaing	16
2.4.1 Indikator Keunggulan Bersaing	16
2.5 Pengembangan Hipotesis	17
2.5.1 Pengaruh variabel Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing	17

2.5.2	Pengaruh variabel Inovasi Produk dengan Kinerja Pemasaran	18
2.5.3	Pengaruh antara variabel Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing	18
2.5.4	Pengaruh antara Orientasi Pasar dengan Kinerja Pemasaran.....	19
2.5.5	Pengaruh antara keunggulan bersaing dengan kinerja pemasaran	20
2.6	Model Empirik	21
BAB III.....		22
METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Jenis Penelitian	22
3.2	Populasi dan Sampel	22
3.3	Sumber dan Jenis Penelitian	23
3.4	Metode Pengumpulan Data	24
3.5	Variabel dan Indikator	25
3.6	Teknik Analisis Data	26
BAB IV		32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Gambaran Umum Responden	32
4.1.1	Jenis Kelamin	32
4.1.2	Usia Responden	33
4.1.3	Tingkat Pendidikan Reponden	33
4.1.4	Jumlah Pekerja	34
4.1.5	Usia Usaha	35
4.2	Analisis Kualitatif.....	36
4.2.1	Variabel Inovasi Produk (X_1).....	36
4.2.2	Variabel Orientasi Pasar (X_2)	38
4.2.3	Variabel Keunggulan Bersaing (Y_1)	41
4.2.4	Variabel Kinerja Pemasaran (Y_2).....	42
4.3	Analisis Kuantitatif	44
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas	44
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	45
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.4	Path Analisis	49
4.3.5	Koefisien Determinasi	51
4.3.6	Pengujian Hipotesis (Uji t)	52

4.3.7 Uji Sobel Test.....	54
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	56
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	58
4.4.3 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.....	59
4.4.4 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	61
4.4.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	62
4.4.6 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	63
4.4.7 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing.....	64
BAB V.....	66
PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
5.3 Keterbatasan Penelitian	68
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Data UMKM Kecamatan Sukamara Tahun 2019.....	6
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	33
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden.....	34
Tabel 4. 4 Jumlah Pekerja.....	34
Tabel 4. 5 Usia Usaha.....	35
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Inovasi Produk	37
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Orientasi Pasar	39
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keunggulan Bersaing	41
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kinerja Pemasaran.....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 14 Uji Gletser	48
Tabel 4. 15 Uji Regresi 1.....	49
Tabel 4. 16 Uji Regresi 2.....	50
Tabel 4. 17 Uji Determinasi	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
Gambar 4. 1 Model Uji Sobel 1	54
Gambar 4. 2 Model Uji Sobel 2	56

