

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN: .....	iii
HALAMAN ERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. 2Pengertian Orientasi Pasar ( <i>Market Orientation</i> ) .....	11
2.1.2. Pengukuran Orientasi Pasar .....	12
2.2. Kinerja Pemasaran (Marketing Performance) .....	15
2.2.1. Pengukuran Kinerja Pemasaran : .....	16
2.3. Orientasi Kewirausahaan .....	19
2.3.1. Pengukuran Orientasi Kewirausahaan .....	21
2.4. Kemampuan Inovasi .....	24
2.5. Operasional capability .....	30
2.6. Hubungan antara variabel penelitian dan hipotesis .....	31
2.6.1. Pengaruh orientasi kewirausahaan ( <i>Enterpreneurial Orientation</i> ) terhadap Kemampuan Innovasi ( <i>innovation capability</i> ).....	31
2.6.2. Pengaruh orientasi Pasar ( <i>Market Orientation</i> ) terhadap kemampuan inovasi ( <i>innofation capability</i> ) .....	33
2.6.3. Pengaruh kemampuan oprasional ( <i>Oprasional Capability</i> ) terhadap kemampuan inovasi ( <i>innovation capability</i> ) .....	34
2.6.4. Pengaruh orientasi kewirausahaan ( <i>Enterpreneurial Orientation</i> ) terhadap kinerja pemasaran. ....	36
2.6.5. Pengaruh Orientasi Pasar ( <i>Market Orientation</i> ) terhadap kinerja pemasaran ( <i>Marketing Performance</i> ). ....	36
2.6.6. Pengaruh kemampuan oprasional (oprasional capability) terhadap kinerja pemasaran (Marketing Performance). ....	37

2.6.7.	Pengaruh kemampuan inovasi (innovation capability ) terhadap kinerja pemasaran (Marketing Performance). .....	39
2.7.	Model Empirik.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>42</b>
3.1.	Jenis dan Lokasi Penelitian .....	42
3.2.	Populasi dan Sample .....	43
3.2.1.	Populasi.....	43
3.2.2.	Sample.....	43
3.3.	Jenis dan Sumber .....	45
3.3.1.	Jenis Data.....	45
3.3.2.	Sumber Data .....	45
3.3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.4.	Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.4.1.	Variabel Penelitian.....	48
3.4.2.	Definisi Oprasional dan Indikator.....	49
3.5.	Teknik Analisis Data .....	50
3.5.1.	Uji Instrumen.....	50
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	51
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik .....	51
3.6.	Teknik Analisis Data .....	53
3.6.1.	Analisis Kualitatif (Deskripsi Variabel) .....	53
3.6.2.	Analisis Regresi Berganda.....	53
3.6.3.	Pengujian Hipotesis.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	58
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1. Deskripsi Responden.....	58
4.2. Analisa Deskripsi .....	59
4.2.1. Deskripsi variabel enterpreneurial Oientation (X1).....	60
4.2.2. Market Orientation (X2).....	62
4.2.3. Operasional Capability (X3).....	63
4.2.4. <i>Inovation Capability</i> (Y1).....	65
4.3. Uji Instrumen.....	68
4.3.1. Uji Validitas.....	68
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	69
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1. Uji Normalitas .....	70
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	71
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	72
4.6. Pengujian Hipotesis .....	75
4.6.1. Uji t.....	75
4.6.2. Uji Koefisien Determinasi .....	78
4.7. Uji Sobel.....	79
4.8. Pembahasan.....	84
4.8.1. Pengaruh orientasi kewirausahaan ( <i>Enterpreneurial Orientation</i> ) terhadap Kemampuan Inovasi ( <i>innovation capability</i> ).....	84

4.8.2.	Pengaruh orientasi Pasar ( <i>Market Orientation</i> ) terhadap kemampuan inovasi ( <i>innofation capability</i> ) .....	85
4.8.3.	Pengaruh kemampuan inovasi ( <i>innovation capability</i> ) terhadap kinerja pemasaran ( <i>Marketing Performance</i> ) .....	88
4.8.4.	Pengaruh Tidak Langsung .....	89
<b>^BAB V PENUTUP</b> .....		91
5.1.	Simpulan .....	91
5.2.	Saran .....	93
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4.	Agenda Yang Akan Datang.....	95
Daftar Pustaka	.....	102



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Penjualan UMKM Batik Daerah Semarang, Demak, Pati tahun 2016-2019 .....	5
Tabel 3. 1. Devinisi Operasional Variabel .....	49
Tabel 4. 1. Iidentifikasi Responden .....	59
Tabel 4. 2. Statistik Deskripsi Enterpreneurial Orientation .....	61
Tabel 4. 3. Statistik Deskripsi Market Orientation .....	62
Tabel 4. 4. Statistik Deskripsi Operasional capability .....	64
Tabel 4. 5. Statistik Deskripsi inovacion capability .....	65
Tabel 4. 6. Statistik Deskripsi Marketing Performance .....	67
Tabel 4. 7. Uji Validitas Data .....	68
Tabel 4. 8. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	70
Tabel 4. 9. Uji Kolmogorov Smirnov .....	70
Tabel 4. 10. Pengujian Multikolinearitas .....	71
Tabel 4. 11. Pengujian Hetero kedastisitas .....	72
Tabel 4. 12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4. 13. Hasil Uji Hipotesis .....	75
Tabel 4. 14. Uji Koefisien Derterminasi .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Teoritis .....	41
Gambar 4. 1. Hasil Uji Sobel Test 1 .....	80
Gambar 4. 2. Hasil Uji Sobel Test 2 .....	81
Gambar 4. 3. Hasil Uji Sobel Test 3 .....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	107
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	113
Lampiran 3. Hasil Analisis.....	107

