

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kinerja Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian Kinerja Pemasaran.....	7
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran.....	8
2.1.3 Pengukuran Kinerja Pemasaran.....	8
2.2 Keunggulan Bersaing.....	9

2.2.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	9
2.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	9
2.2.1 Pengukuran Keunggulan Bersaing.....	10
2.3 Inovasi Produk	11
2.3.1 Pengertian Inovasi Produk	11
2.3.2 Faktor faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk	11
2.3.3 Pengukuran Inovasi Produk	12
2.4 Orientasi Pasar	12
2.4.1 Pengertian Orientasi Pasar	12
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Orientasi pasar	13
2.4.3 Pengukuran Orientasi Pasar	14
2.5 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	14
2.5.1 Hubungan Antara Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing	14
2.5.2 Hubungan Antara Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing	15
2.5.3 Hubungan Antara Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran.....	16
2.5.4 Hubungan Antara Orientasi Pasar dan Kinerja Pemasaran.....	17
2.5.5 Hubungan Antara Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	18
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel	20
3.3 Metode Pengambilan Sampel	22
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4.1 Sumber Data	22

3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5 Definisi Operasional dan Variabel Pengukuran.....	25
3.6 Uji Instrumen	26
3.6.1 Uji Validitas	26
3.6.2 Uji Realibilitas	26
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.1 Normalitas.....	27
3.7.2 Multikolinieritas.....	27
3.7.3 Heterokedastisitas	28
3.8 Alat Analisis	28
3.8.1 Analisis Kualitatif	28
3.8.1 Analisis Kuantitatif	29
3.9 Uji Sobel	30
3.9.1 Uji Sobel Antara X1 Terhadap Y2 Melalui Y1	31
3.9.2 Uji Sobel Antara X2 Terhadap Y2 Melalui Y1	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
4.1 Gambaran Umum Responden.....	34
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	34
4.1.2 Umur Responden	35
4.2 Hasil analisis	35
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian	35
4.2.2 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk	37
4.2.3 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Orientasi pasar	38
4.2.4 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing	38
4.2.5 Analisis Jawaban Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran.....	39
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	40

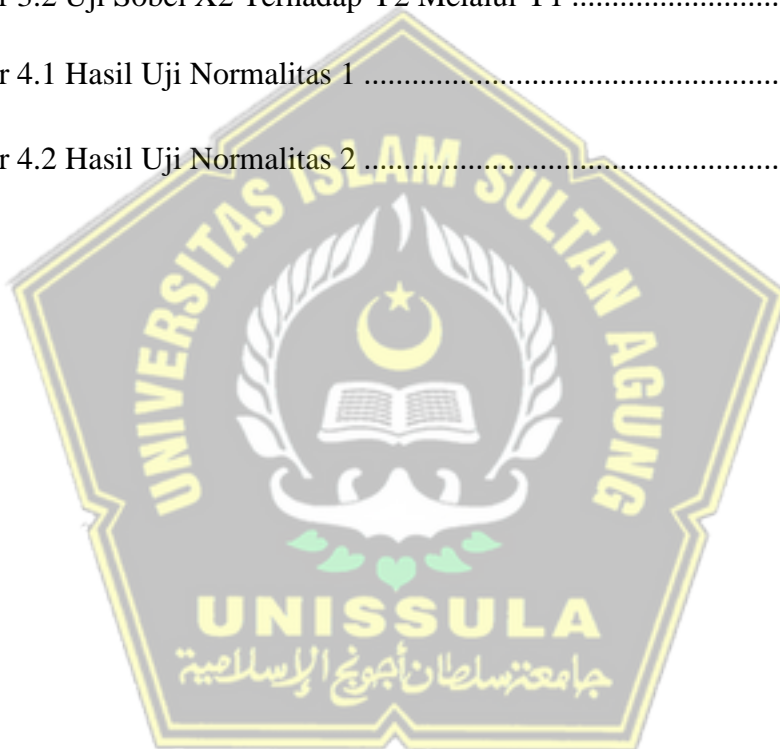
4.3.1 Uji Validitas Data	40
4.3.2 Uji Reliabilitas Data.....	41
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.4.1 Uji Normalitas.....	42
4.4.2 Pengujian Multikolinieritas.....	45
4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas.....	46
4.5 Analisis Jalur.....	47
4.5.1 Model Persamaan Jalur	47
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.5.3 Pengujian Hipotesis	51
4.6 Uji Sobel	53
4.6.1 Uji Sobel X1 Terhadap Y2 Melalui Y1	53
4.6.2 Uji Sobel X2 Terhadap Y2 Melalui Y1	54
4.7 Pembahasan	54
4.7.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	54
4.7.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	55
4.7.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran.....	56
4.7.4 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran	57
4.7.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	58
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Implikasi Manajerial	60
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah UMKM dan Pendapatan UMKM Kota Salatiga	3
Tabel 3.1 Definisi Operasiona dan Variabel Pengukuran.....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.2 Umur Responden	35
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk	37
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar	38
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.....	39
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Pemasaran	40
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kuesioner	41
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	42
Tabel 4.9 Tabel Uji Normalitas 1	43
Tabel 4.10 Uji Normalitas 2.....	44
Tabel 4.11 Pengujian Multikolinieritas 1.....	45
Tabel 4.12 Pengujian Multikolinieritas 2.....	46
Tabel 4.13 Pengujian Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.14 Pengujian Heteroskedastisitas 2.....	47
Tabel 4.15 Persamaan Regresi 1	48
Tabel 4.16 Persamaan Regresi 2	49
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Model Regresi 1	50
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Model Regresi 2.....	51
Tabel 4.19 Uji Sobel Model 1	53
Tabel 4.20 Uji Sobel Model 2.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka pemikiran Teoritis.....	19
Gambar 3.1 Uji Sobel X1 Terhadap Y2 Melalui Y1	31
Gambar 3.2 Uji Sobel X2 Terhadap Y2 Melalui Y1	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas 1	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas 2	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Data Penelitian.....	71
Lampiran 3 Uji Validitas	76
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	78
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	82
Lampiran 6 Hasil Analisis Jalur.....	85
Lampiran 7 Nama UMKM Makanan Kota Salatiga	91

