

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Orientasi Pasar.....	7
2.2. <i>Islamic Entrepreneurship</i>	9
2.3. <i>Knowledge Acquisition</i>	12
2.4. Inovasi Produk.....	13

2.5. Model Empirik	15
--------------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	17
3.2. Sumber Data.....	17
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	18
3.4. Populasi Dan Sampel.....	18
3.5. Variabel dan Indikator	19
3.6. Teknik Analisis Data	20

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden	27
4.1.1. Lama Usaha	27
4.1.2. Pendidikan Responden	28
4.1.3. Kronologis Usaha	28
4.2. Analisis Kualitatif.....	29
4.2.1. Variabel Orientasi Pasar	29
4.2.2. Variabel <i>Islamic Entrepreneurship</i>	30
4.2.3. Variabel <i>Knowledge Acquisition</i>	32
4.2.4. Variabel Inovasi Produk	33
4.3. Analisis Kuantitatif	35
4.3.1. Uji Validitas	35
4.3.2. Uji Reliabilitas	36

4.3.3. Uji Asumsi Klasik dari Pengaruh Orientasi Pasar dan <i>Islamic Entrepreneurship</i> terhadap <i>Knowledge Acquisition</i>	36
4.3.4. Uji Asumsi Klasik dari Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Islamic Entrepreneurship</i> , dan <i>Knowledge Acquisition</i> terhadap Inovasi Produk.....	40
4.3.5. Hasil Regresi Orientasi Pasar dan <i>Islamic Entrepreneurship</i> terhadap <i>Knowledge Acquisition</i>	45
4.3.6. Hasil Regresi Orientasi Pasar, <i>Islamic Entrepreneurship</i> , dan <i>Knowledge Acquisition</i> terhadap Inovasi Produk.....	46
4.3.7. Uji Hipotesis.....	48
4.3.8. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	52
4.4. Pembahasan	55
BAB. V PENUTUP	
5.1. Simpulan	61
5.2. Saran Penelitian	62
5.3. Keterbatasan Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	68