

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Telaah Teori	12
2.1.1 Resource-Based View (RBV)	12
2.2 Pengembangan Variabel.....	15
2.2.1 Orientasi Pasar	15
2.2.2 Orientasi Kewirausahaan	17
2.2.3 Inovasi Produk	18
2.2.4 Keunggulan Bersaing.....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 Pengaruh Orientasi Pasar pada Inovasi Produk	20
2.3.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan pada Inovasi Produk	21
2.3.3 Pengaruh Orientasi Pasar pada Keunggulan Bersaing.....	22
2.3.4 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan pada Keunggulan Bersaing....	23
2.3.5 Pengaruh Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Kerangka Pemikiran	27
2.6 Hipotesis.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1 Kuesioner	34
3.4.2 Studi Pustaka.....	35
3.5 Metode Analisis.....	36
3.5.1 Analisis Kuantitatif	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum UMKM	42
4.1.2 Gambaran Umum Responden	43
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Uji Instrumen	44
4.2.2 Statistik Deskriptif	46
4.2.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	49
4.2.4 Evaluasi Asumsi Model Structural Equation Model (SEM).....	57
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	63
4.2.6 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	64
4.3 Interpretasi Hasil	66
4.3.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk.....	66
4.3.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk.....	66
4.3.3 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	67
4.3.4 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing .	67
.....	67
4.3.5 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	68

BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Implikasi Teoritis	71
5.3 Implikasi Manajerial.....	72
5.4 Keterbatasan Penelitian	73
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80