

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAM MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Kinerja Pemasaran.....	13
2.2 Orientasi Pasar.....	15
2.2.1 Orientasi Pelanggan	16
2.2.2 Orientasi Pesaing.....	17
2.2.3 Koordinasi Interfungsional	18
2.3 Orientasi Kewirausahaan.....	20
2.4 Inovasi	24
2.5 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi.....	29

2.6	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi....	30
2.7	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran .	31
2.8	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	33
2.9	Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran	34
2.10	Kerangka Pemikiran	38
2.10.1	Variabel Indikator	39
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Jenis dan Sumber Data	47
3.4	Metode Pengumpulan Data	47
3.4.1	Kuesioner	47
3.5	Metode Analisis Data.....	48
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.3	Analisis Regresi	53
3.5.4	Uji Hipotesis	54
3.5.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.5.6	Uji Sobel	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2	Gambaran Umum Responden	59
4.2.1	Kuesioner Responden.....	59
4.2.2	Usia Responden.....	60

4.2.3 Pendidikan Responden	60
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	61
4.3.1 Analisis Deskripsi Variabel Orientasi Pasar	62
4.3.2 Analisis Deskripsi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	63
4.3.3 Analisis Deskripsi Variabel Inovasi.....	64
4.3.4 Analisis Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran	65
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.4.1 Uji Validitas	66
4.4.2 Uji Reliabilitas	69
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.5.1 Uji Normalitas.....	70
4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	75
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.6 Analisis Regresi	79
4.7 Uji Hipotesis	82
4.7.1 Uji Statistik F	79
4.7.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	84
4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.9 Uji Sobel	88
4.10 Hasil Analisis Regresi	90
4.11 Pembahasan.....	92
4.12 Pengaruh Faktor Mediasi	97
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran.....	105
5.3.1 Implikasi Manajerial	105
5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	107

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN – LAMPIRAN	111