

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Paradigma Struktur – Perilaku – Kinerja	14
2.1.2 Struktur Pasar (<i>Market Structure</i>).....	17
2.1.1.1 Jumlah dan Ukuran Perusahaan	19
2.1.1.2 Jumlah dan Ukuran Pembeli.....	22
2.1.1.3 Differensiasi Produk.....	22
2.1.1.4 Kondisi Keluar Masuk Pasar	23
2.1.1.2 Integrasi Vertikal	25
2.1.3 Perilaku Pasar (<i>Market Conduct</i>).....	27
2.1.4 Kinerja Pasar (<i>Market Performance</i>).....	34
2.1.5 Hubungan Struktur-Perilaku-Kinerja.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.4 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46

3.5	Metode Analisis.....	47
3.5.1	Identifikasi Struktur Pasar (<i>Market Structure</i>).....	47
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.5.2.1	Uji Validitas.....	50
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.5.3	Hubungan <i>Structure, Conduct, Performance</i>	51
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	54
3.5.4.1	Pengujian <i>Goodnes of Fit</i> (R^2).....	54
3.5.4.2	Pengujian Koefisien Regresi secara Serentak...	55
3.5.4.3	Pengujian Koefisien Regresi secara Individual.	56
3.5.5	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	58
3.5.5.1	Deteksi Normalitas	59
3.5.5.2	Deteksi Multikolinearitas.....	59
3.5.5.3	Deteksi Autokorelasi	60
3.5.5.4	Deteksi Heteroskedastisitas	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1	Kondisi Geografis	63
4.1.2	Penduduk dan Ketenagakerjaan	63
4.1.3	Kondisi Ekonomi.....	64
4.2	Profil Responden	66
4.3	Identifikasi Struktur Pasar IKM Batik Pekalongan	69
4.3.1	Indikator Struktur Pasar	
4.3.1.1	Pangsa Pasar dan Konsentrasi Pasar.....	69
4.3.1.2	Hambatan Masuk Pasar	71
4.3.1.3	Differensiasi Produk	71
4.3.1.4	Integrasi Vertikal	72
4.3.2	Indikator Perilaku Pasar (<i>Market Conduct</i>)	74
4.3.2.1	Strategi Harga	74
4.3.2.2	Strategi Produk	75
4.3.2.3	Strategi Promosi (Iklan).....	77
4.3.2.4	Strategi Distribusi (Pemasaran)	78
4.3.3	Indikator Kinerja Pasar (<i>Performance</i>).....	79
4.4	Analisis Hubungan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar	80
4.4.1	Pengaruh Struktur Pasar terhadap Perilaku Pasar	80
4.4.1.1	Uji Goodness of Fit.....	81
4.4.1.2	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	82
4.4.1.3	Interpretasi Hasil.	83

4.4.2	Pengaruh Perilaku Pasar terhadap Kinerja Pasar	84
4.4.2.1	Uji Goodness of Fit.....	84
4.4.2.2	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	85
4.4.2.3	Interpretasi Hasil.	86
4.4.3	Pengaruh Struktur terhadap Kinerja melalui Perilaku Pasar	89
BAB V	PENUTUP	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Implikasi Kebijakan.....	93
5.2	Keterbatasan	94
5.3	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98