

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.2.1 Masalah Penelitian	10
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB IITINJAUAN PUSTAKADAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)	14
2.1.2 Kualitas Produk	16
2.1.3 Inovasi Produk	18
2.1.4 <i>Market share</i>	21
2.1.5 Harga Kompetitif	23
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
BAB IIIMETODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Variabel Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional	28

3.3	Uji Logical Connection	31
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel.....	35
3.5	Jenis dan Sumber Data	36
3.5.1	Data Primer	36
3.5.2	Data Sekunder	36
3.6	Metode Pengumpulan Data	37
3.7	Teknik Analisis.....	38
3.7.1	Uji Validitas	38
3.7.2	Uji Realibilitas	39
3.8	Uji Asumsi Klasik	39
3.8.1	Uji Normalitas.....	39
3.8.2	Uji Multikolinearitas	40
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.9	Analisis Linier Berganda	41
3.10	Uji Goodness of Fit	42
3.10.1	Koefisien Determinasi (R ²)	42
3.10.2	Uji F	43
3.10.3	Uji t	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.2	Gambaran Umum Responden	46
4.2	Proses Analisis Data	48
4.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Keunggulan Bersaing 49	
4.2.2	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Kualitas Produk.....	52
4.2.3	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Inovasi Produk	54
4.2.4	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Harga Produk	57
4.2.5	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang <i>Market share</i>	60

4.3	Analisis Data	61
4.3.1	Uji Validitas	61
4.3.2	Uji Realibilitas	62
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	62
4.3.4	Uji Normalitas	63
4.3.5	Uji Multikolinieritas	66
4.3.6	Uji Heteroskedastisitas	67
4.3.7	Uji Analisis Linear Berganda	69
4.4	Uji Goodness of Fit	73
4.4.1	Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.4.2	Uji F (Uji Kelayakan Model)	75
4.4.3	Uji t (Uji Hipotesis)	76
4.5	Pengujian Hipotesis	78
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1	79
4.5.2	Pengujian Hipotesis 2	79
4.5.3	Pengujian Hipotesis 3	80
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4	80
BAB VKESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN		81
5.1	Ringkasan Penelitian	81
5.2	Kesimpulan	83
5.2.1	Kesimpulan atas Hipotesis	83
5.2.1.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing	83
5.2.1.2	Pengaruh Inovasi Produk terhadap keunggulan Bersaing	83
5.2.1.3	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap <i>Market share</i>	84
5.2.1.4	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap <i>Market share</i>	85
5.2.2	Kesimpulan atas Masalah Penelitian	86
5.3	Implikasi	89
5.3.1	Implikasi Teoritis	89
5.3.2	Implikasi Manajerial	91
5.4	Keterbatasan Penelitian	93
5.5	Penelitian Yang Akan Datang	93

Daftar Pustaka	95
----------------------	----