

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Motto.....	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Kegunaan Penelitian	21
1.4.1 Kegunaan Teoritis	21
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	22

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Orientasi Pasar.....	23
2.1.2 Strategi Inovasi.....	24
2.1.3 Keunggulan Bersaing	26
2.1.4 Kinerja perusahaan	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan.....	31
2.3.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan	32
2.3.3 Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan.....	33

2.3.4	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	34
2.3.5	Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing	36
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain dan Objek Penelitian	38
3.1.1.	Desain Penelitian	38
3.1.2.	Objek Penelitian	38
3.2	Jenis dan Sumber Data	38
3.2.1.	Jenis Data	38
3.2.2.	Sumber Data	39
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.4	Definisi Operasional	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.6.1.	Analisis Kuantitatif	41
3.6.2.	Model Pengukuran atau Measurement Model	43
3.6.3	Model Struktural atau Struktural Model	45
3.6.4.	Resampling dengan <i>Bootstrapping</i>	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Data dan Deskriptif Responden	47
4.2.1.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	47
4.2.2.	Karakteristik Responden Menurut Usia	48
4.2.3.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	49
4.2.4.	Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja	50
4.2.5.	Analisis Deskriptif Penelitian	51
4.2.6.	Perhitungan Angka Indeks Pada Variabel – Variabel Penelitian	52
4.2.6.1	Persepsi Responden Mengenai Variabel Orientasi Pasar	53
4.2.6.2	Persepsi Responden Mengenai Variabel Inovasi	54

4.2.6.3	Persepsi Responden Mengenai Variabel Keunggulan Bersaing	55
4.2.6.4	Persepsi Responden Mengenai Variabel Kinerja Perusahaan	56
4.3	Uji Kelayakan Data	57
4.3.1.	Uji Validitas	57
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	58
4.4	Hasil Uji Statistik	59
4.4.1.	Analisis <i>Outer Model</i>	59
4.4.1.1	Uji <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i>	60
4.4.1.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	61
4.4.1.3	Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
4.4.1.4	Uji Reliabilitas Menggunakan Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	63
4.4.2.	Analisis inner model.....	64
4.4.2.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.4.2.2	<i>Path Coefficients</i>	65
4.4.3.	Uji Hipotesis.....	67
4.4.4.	<i>Specific Indirect Effect</i>	70
4.5	Pembahasan.....	71
4.5.1.	Keunggulan Bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.....	71
4.5.2.	Orientasi Pasar berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.....	72
4.5.3.	Strategi Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.....	73
4.5.4.	Orientasi Pasar berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.....	74
4.5.5.	Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Kesimpulan Hipotesis	76
5.1.1. Hasil Hipotesis 1	76
5.1.2. Hasil Hipotesis 2	76
5.1.3. Hasil Hipotesis 3	76
5.1.4. Hasil Hipotesis 4	77
5.1.5. Hasil Hipotesis 5	77
5.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	77
5.2.1. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing	78
5.2.2. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing	78
5.3 Implikasi Teoritis	80
5.4 Implikasi Manajerial	82
5.5 Keterbatasan Penelitian	84
5.6 Agenda Penelitian Kedepan	85
DAFTAR PUSTAKA	86