DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....i

PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR GAMBAR.....xiv

DAFTAR TABEL.....xv

DAFTAR LAMPIRAN.....xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....7

1.2.1 Identifikasi Masalah.....7

1.2.2 Rumusan Masalah.....8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....8

1.3.1 Maksud Penelitian.....8

1.3.2 Tujuan Penelitian.....8

1.4 Kegunaan Penelitian.....9

1.4.1 Kegunaan Praktis 9

1.4.2 Kegunaan Akademis.....9

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....11

2.1.1 Orientasi Pasar 11

2.1.1.1 Pengertian Orientasi Pasar 11

2.1.1.2 Manfaat Orientasi Pasar 15

2.1.1.3 Tuntutan Orientasi Pasar.....16

2.1.1.4 Model Orientasi Pasar 16

2.1.1.5 Karakteristik Orientasi Pasar.....18

2.1.1.6 Komponen Orientasi Pasar 18

2.1.2 Inovasi Produk.....22

2.1.2.1 Konsep Produk.....22

2.1.2.2 Dimensi Produk.....24

2.1.2.3 Konsep Inovasi.....25

2.1.2.4 Pengertian Inovasi Produk.....27

2.1.2.5 Dimensi Inovasi Produk..... 30

2.1.3 Keunggulan Bersaing.....31

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....31

2.1.3.2 Alternatif Menuju Keunggulan Bersaing.....31

2.1.3.3 Elemen-Elemen Pembentuk Keunggulan Bersaing.....32

2.1.3.4 Model Keunggulan Bersaing.....33

2.1.3.5 Strategi Keunggulan Bersaing.....34

2.1.3.6 Memelihara Keunggulan Bersaing.....34

2.1.3.7 Nilai Rantai Keunggulan Bersaing.....35

2.1.3.8 Struktur Keunggulan Bersaing.....36

2.1.4 Keterkaitan Orientasi Pasar dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing.....37

2.1.4.1 Keterkaitan Orientasi Pasar Dengan Inovasi Produk.....37

2.1.4.2 Keterkaitn Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing.....37

2.1.4.3 Keterkaitan Inovasi Produk Dengan Keunggulan Bersaing.....38

2.1.4.4 Keterkaitan Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk TerhadapKeunggulanBersaing.....39

2.1.5 Penelitian Terdahulu.....40

2.2 Kerangka Pemikiran.....41

2.3 Hipotesis.....44

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....45

3.2 Metode Penelitian.....45

3.2.1 Desain Penelitian.....48

3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....50

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....53

3.2.3.1 Sumber Data.....53

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data.....54

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....55

3.2.4.1 Uji Validitas.....56

3.2.4.2 Uji Reabilitas.....59

3.2.4.3 Metode Succesive Interval.....64

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....65

3.2.5.1 Rancangan Analisis.....65

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....75

4.1.1 Sejarah Perusahaan.....75

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....76

4.1.3 Job Desription.....77

4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....81

4.2 Karakteristik Responden.....81

4.3 Analisis Deskriptif.....84

4.3.1 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Orientasi Pasar.....84

4.3.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk.....89

4.3.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Bersaing.....91

4.4 Analisis Verifikatif.....97

4.4.1 Pengaruh Orientasi Pasar (X1) dengan Inovasi Produk (X2) 97

4.4.2 Pengaruh Orientasi Pasar (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).....100

4.4.3 Pengaruh Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).....101

4.4.4 Pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan Inovasi Prouk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).....102

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 107

5.2 Saran 108

DAFTAR PUSTAKA.....110

KEUSIONER

LAMPIRAN-LAMPIRAN