DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
PERNYATAAN KEASLIAN
MOTO
KATA PENGANTAR ..... **i**
ABSTRAK ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 IndentifikasiMasalahdanRumusanMasalah 8
1.2.1 IdentifikasiMasalah 8
1.2.2 RumusanMasalah 8
1.3 MaksuddanTujuanPenelitian 9
1.3.1 MaksudPenelitian 9
1.3.2 TujuanPenelitian 9
1.4 KegunaanPenelitian 10
1.4.1 kegunaanPraktis 10
1.4.2 KegunaanAkademis 11
1.5 LokasidanWaktuPenelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS
2.1 KajianPustaka 13
2.1.1 InovasiProduk 13

2.1.1.1 PengertianInovasiProduk 13
2.1.1.2 TujuanInovasiProduk 14
2.1.1.3 PenggolonganInovasiProduk 14
2.1.1.4 IndikatorInovasiProduk 15
2.1.2 OrientasiPasar 16
2.1.2.1 PengertianOrientasiPasar 16
2.1.2.2 ManfaatOrientasiPasar 17
2.1.2.3 IndikatorOrientasiPasar 18
2.1.3 KeunggulanBersaing 20
2.1.3.1 PengertianKeunggulanBersaing 20
2.1.3.2 KondisiPeningkatanKeunggulanBersaing 22
2.1.3.3 IndikatorKeunggulanBersaing 23
2.1.4 PenelitianTerdahulu 24
2.2 KerangkaPemikiran 27
2.2.1 HubunganantaraInovasiProdukTerhadapKeunggulan Bersaing 29
2.2.2 HubunganantaraOrientasiPasarDenganKeunggulan Bersaing 29
2.2.3 HubunganantaraInovasiProdukdanOrientasiPasar TerhadapkeunggulanBersaing 30
2.3 Hipotesis 31

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 ObjekPenelitian 32
3.2MetodePenelitian 33
3.2.1 DesainPenelitian 34
3.2.2 OperasionalVariabel 37
3.2.3 MetodePenarikanSampel 41
3.2.3.1 Populasi 41
3.2.3.2 Sampel 41
3.2.4 JenisdanMetodePengumpulan Data 43

3.2.4.1 Jenis Data 43
3.2.4.2 MetodePengumpulan Data 43
3.2.5 MetodeAnalisisdanPerancanganHipotesis 45
3.2.5.1 UjiValiditas 46
3.2.5.1.1 HasilUjiValiditasVariabel InovasiProduk 48
3.2.5.1.2 HasilUjiValiditasVariabel OrientasiPasar 49
3.2.5.1.3 HasilUjiValiditasVariabel KeunggulanBersaing 50
3.2.5.2 UjiRealibilitas 51
3.2.6 RancanganAnalisisdanPerancanganHipotesis 53
3.2.6.1 RancanganAnalisis 53
3.2.6.1.1 AnalisisDeskriftif/Kualitatif 53
3.2.6.1.2 AnalisisVerivikatif / Kuantitatif 55
3.2.6.2 PengujianHipotesis 63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 GambaranUmum Perusahaan 68
4.1.1 Sejarah Perusahaan 68
4.1.2 DeskripsiPekerjaan 69
4.1.3 AspekKegiatan Perusahaan 70
4.2 KarakteristikResponden 70
4.2.1 KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin 70
4.2.2 KarakteristikRespondenBerdasarkanUsia 72
4.2.3 KarakteristikRespondenBerdasarkan Status 73
4.3AnalisisDeskriptif 74
4.3.1 TanggapanRespondenMengenaiInovasiProduk 74
4.3.1.1 PerluasanLini 74
4.3.1.1.1 Produk Familiar DenganPasar 75
4.3.1.1.2 ProdukProdukBaruPasar 76

4.3.1.1.3 RekapitulasiSkorTanggapan RespondenMengenaiIndikator PerluasanLini 76
4.3.1.2 PeniruanProduk 78
4.3.1.2.1 ProdukMenjadiJenisBaru BagiBisnis 79
4.3.1.2.2 Produk Familiar BagiPasar 80
4.3.1.2.3 RekapitulasiSkorTanggapan RespondenMengenaiIndikator PeniruanProduk 80
4.3.1.3 ProdukBaru 82
4.3.1.4 RekapitulasiSkorVariabelInovasiProduk 84
4.3.2 TanggapanRespondenMengenaiOrientasiPasar 86
4.3.2.1 OrientasiPelanggan 86
4.3.2.1.1 KemampuanMenciptakanNilai UnggulBagiKonsumen 86
4.3.2.1.2 KemampuanMencariInformasi MengenaiKeinginanPelanggan 87
4.3.2.1.3 KemampuanMemahamiInformasi MengenaiKeinginanKonsumen..... 88
4.3.2.1.4RekapitulasiSkorTanggapan RespondenMengenaiIndikator OrientasiPelanggan..... 89
4.3.2.2 OrientasiPesaing 91
4.3.2.2.1 KemampuanMemahamiKapabilitas Pesaing..... 91
4.3.2.2.2KemampuanMemahamiStrategi JangkaPanjangPesaing..... 92
4.3.2.2.3 PengumpulanInformasiMengenai Pesaing..... 93

4.3.2.2.4 RekapitulasiSkorTanggapan RespondenMengenaiIndikator OrientasiPesaing..... 94
4.3.2.3 KoordinasiAntarFungsi..... 96
4.3.2.3.1 IntegrasiSumberDaya..... 96
4.3.2.3.2 BereaksiDalamMenanggapiInformasi Dari SetiapDepartemen..... 97
4.3.2.3.3 RekapitulasiSkorTanggapan RespondenMengenaiIndikator KoordinasiAntarFungsi 98
4.3.2.4 RekapitulasiSkorVariabelOrientasiPasar..... 100
4.3.3 TanggapanRespondenMengenai KeunggulanBersaing..... 101
4.3.3.1 KeunikanProduk..... 102
4.3.3.2 KualitasProduk..... 104
4.3.3.3 HargaBersaing..... 106
4.3.3.3.1 KesesuaianHargaDenganPasar..... 106
4.3.3.3.2 KesesuaianHargaDengan HargaUmum..... 107
4.3.3.3.3 RekapitulasiSkorTanggapan RespondenMengenaiIndikator HargaBersaing..... 108
4.3.3.4 RekapitulasiSkorVariabel KeunggulanBersaing..... 109
4.4AnalisisVerifikatif..... 111
4.4.1 UjiAsumsiKlasik..... 111
4.4.1.1 HasilPengujianAsumsiNormalitas..... 112
4.4.1.2 UjiMultikolinearitas..... 113
4.4.1.3 UjiAutokorelasi..... 113
4.4.1.4 UjiHeteroskedastisitas..... 114
4.4.2 AnalisisRegresi Linier Berganda..... 115

4.4.2.1 AnalisisKorelasi 117
4.4.2.2 KoefisienDeterminasi 120
4.4.3 PengujianHipotesis 121
4.4.3.1 PengujianHipotesisSecaraSimultan (Uji F) 122
4.4.3.2 PengujianHipotesisSecaraSimultan (Uji t) 124
4.4.3.2.1 Pengujian X_1 Terhadap Y (InovasiProdukTerhadapKeunggulan Bersaing) 124
4.4.3.2.2 Pengujian X_2 Terhadap Y (OrientasiPasarTerhadapKeunggulan Bersaing) 126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 129
5.2 Saran 131

DAFTAR PUSTAKA 134
LAMPIRAN