

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah .....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian .....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis .....	13
1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis .....	13
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	13
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	13

1.5.2 Waktu Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>15</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Keunggulan Bersaing.....	15
2.1.1.1 Definisi Keunggulan Bersaing.....	15
2.1.1.2 Indikator Keunggulan Bersaing .....	16
2.1.1.3 Meningkatkan Keunggulan Bersaing .....	16
2.1.1.4 Dimensi Keunggulan Bersaing .....	17
2.1.2 Orientasi Pasar .....	18
2.1.2.1 Definisi Orientasi Pasar.....	18
2.1.2.2 Indikator Orientasi Pasar .....	19
2.1.2.3 Aspek Orientasi Pasar .....	21
2.1.2.4 Mencapai Orientasi Pasar .....	21
2.1.3 Inovasi Produk.....	22
2.1.3.1 Definisi Inovasi Produk.....	22
2.1.3.2 Indikator Inovasi Produk .....	23
2.1.3.3 Macam-macam Produk .....	23
2.1.3.4 Dimensi, Strategi, dan Faktor Keputusan Perusahaan dalam Melakukan Inovasi .....	24
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	30
2.3.1 Keterkaitan Antar Variabel .....	32
2.3.1.1 Keterkaitan antara Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing .....	32

2.3.1.2 Keterkaitan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing .....	32
2.3.1.3 Membangun Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk .....	33
2.4 HIPOTESIS.....	34
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Objek Penelitian .....	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.2.1 Desain Penelitian .....	37
3.2.2 Operasional Variabel .....	39
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	42
3.2.3.1 Sumber Data .....	42
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data .....	43
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.2.4.1 Uji Validitas .....	46
3.2.4.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.2.4.3 Uji MSI ( <i>Method of Successive Interval</i> ) .....	51
3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	53
3.2.5.1 Rancangan Analisis.....	53
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	65
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	65
4.1.2 Struktur Organisasi .....	66
4.1.3 Uraian Tugas .....	66

4.2 Karakteristik Responden.....	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Produksi .....	71
4.3 Analisis Deskriptif .....	72
4.3.1 Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing.....	72
4.3.2 Analisis Deskriptif Mengenai Orientasi Pasar .....	79
4.3.3 Analisis Deskriptif Inovasi Produk.....	88
4.4 Analisis Verifikatif .....	96
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda .....	96
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	97
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	98
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	99
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	100
4.4.3 Analisis Korelasi .....	102
4.4.3.1 Analisis Korelasi Parsial .....	103
4.4.3.2 Analisis Korelasi Simultan .....	105
4.4.4 Analisis Koefesien Determinasi .....	105
4.4.5 Uji Hipotesis.....	107
4.4.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji-T) .....	108
4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) .....	112
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>115</b>
5.1 Kesimpulan .....	115
5.2 Saran .....	117

