DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN

MOTTO

ABSTRACT

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR GAMBAR..... ix

DAFTAR TABEL x

DAFTAR LAMPIRAN.....xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....8

1.2.1 Identifikasi Masalah.....8

1.2.2 Rumusan Masalah.....9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....10

1.3.1 Maksud Penelitian.....10

1.3.2 Tujuan Penelitian 10

1.4 KegunaanPenelitian 10

1.4.1 Kegunaan Praktis 10

1.4.2 Kegunaan Akademis 11

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Definisi Orientasi Pasar 12

2.1.1.1 Indikator Orientasi Pasar.....13

2.1.2 Inovasi 18

2.1.2.1 Pengertian Inovasi Produk 18

2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Inovasi Produk.....20

2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk 21

2.1.3 Keunggulan Bersaing.....21

2.1.3.1 Rantai Nilai Keungglan Bersaing.....22

2.1.3.2 Pencapaian Keunggulan Bersaing 23

2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing.....24

2.1.4 Penelitian Terdahulu 26

2.2 Kerangka Pemikiran.....29

2.2.1 Keterkaitan Antara Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing 32

2.2.2 Keterkaitan Antara Inovasi Produk Dengan Keunggulan Bersaing 33

2.2.3 Keterkaitan Antara Orientasi Pasar dan Inovasi Produk

Dengan Keunggulan Bersaing 33

2.3 Hipotesis 33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....36

3.2 Metode Penelitian 37

3.2.1 Desain Penelitian.....39

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....41

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 45

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder).....45

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 46

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 47

3.2.4.1 Uji Validitas.....49

3.2.4.2 Uji Realibilitas 50

3.2.4.3 Hasil Uji Validitas dan Validitas 52

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 56

3.2.5.1 Rancangan Analisis.....56

3.2.5.1.1 Rancangan Deskriptif.....56

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....57

3.2.5.1.2.1 Merancang Model Struktural 58

3.2.5.1.2.2 Merancang Model Pengukuran 59

3.2.5.1.2.3 Mengkontruksi Diagram Jalur 59

3.2.5.1.2.4 Estimasi.....62

3.2.5.1.2.5 Uji Kecocokan Model (*Googness of Fit)...62*

3.2.5.2 Uji Hipotesis 63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....66

4.1.1 Sejarah Perusahaan.....66

4.2 Karakteristik Responden.....68

4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....68

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....69

4.2.3 Responden Berdasarkan Status 71

4.3 Pembahasan Penelitian.....72

4.3.1 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden 72

4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Orientasi Pasar UKM Pengrajin Angklung di Padasuka Bandung.....72

4.3.1.1.1 Orientasi Pelanggan 73

4.3.1.1.2 Orientasi Pesaing 79

4.3.1.1.3 Koordinasi Antar Fungsi.....87

4.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk UKM Pengrajin Angklung di Padasuka Bandung.....95

4.3.1.2.1 Perubahan Desain.....95

4.3.1.2.2 Inovasi Teknis.....99

4.3.1.2.3 Pengembangan Produk.....102

4.3.1.3 Tanggapan Responden Keunggulan Bersaing UKM Pengrajin Angklung di Padasuka Bandung.....107

4.3.1.3.1 Keunikan Produk 108

4.3.1.3.2 Kualitas Produk.....113

4.3.1.3.3 Harga Bersaing.....115

4.3.2 Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap

Keunggulan Bersaing 124

4.3.2.1 Model Pengukuran 124

4.3.2.1.1 Model Pengukuran Variabel Orientasi Pasar.....126

4.3.2.1.2 Model Pengukuran Variabel Inovasi Produk.....130

4.3.2.1.3 Model Pengukuran Variabel Keunggulan Bersaing .134

4.3.2.2 Model Struktural.....138

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 148

5.2 Saran 149

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN LAIN