DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
ABSTRAK iii
ABSTRACT iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9
1.2.1 Identifikasi Masalah 9
1.2.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11
1.3.1 Maksud Penelitian 11
1.3.2 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kegunaan Penelitian 12
1.4.1 Kegunaan Praktis 12
1.4.2 Kegunaan Akademis 12
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 14
2.1 Kajian Pustaka 14
2.1.1 Orientasi Pasar 14
2.1.1.1 Definisi Orientasi Pasar 14

2.1.1.2 Tingkat Bisnis Orientasi Pasar 15
2.1.1.3 Ruang Lingkup Orientasi pasar 16
2.1.1.4 Indikator Orientasi Pasar 16
2.1.2 Orientasi Pembelajaran 19
2.1.2.1 Pengertian Orientasi Pembelajaran 19
2.1.1.2 Media Orientasi Pembelajaran 20
2.1.1.3 Strategi Orientasi Pembelajaran 21
2.1.1.4 Komponen Orientasi Pembelajaran 22
2.1.2.3 Indikator Orientasi Pembelajaran 23
2.1.3 Keunggulan Bersaing 25
2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing 25
2.1.3.2 Pencapaian Keunggulan Bersaing 25
2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing 27
2.1.4. Peneltian Terdahulu 28
2.2 Kerangka Pemikiran 31
2.2.1 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing 32
2.2.2 Pengaruh Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing ..32
2.2.3 Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing 33
2.3 Hipotesis 34

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 35
3.1 Objek Penelitian 35
3.2 Metode Penelitian 35
3.2.1 Desain Penelitian 37
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 39
3.2.2.1 Variabel Dependen 39
3.2.2.2 Variabel Independen 40
3.2.3 Definisi Operasional 40
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 45
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 49
3.2.4.3 Metode Successive Interval 51
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 52
3.2.5.1 Rancangan Analisis 52
3.2.5.2 Analisis Deskriptif 53
3.2.5.3 Analisis Verifikatif 54
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....64
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....64
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....64
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 66
4.1.3 Job Description.....67
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....70
4.2 Kareteristik Responden Penelitian UMKM Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung.....71
4.3 Analisis Deskriptif.....75
4.3.1 Analisis Deskriptif Orientasi Pasar pada UMKM Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung 75
4.3.2 Analisis Deskriptif Orientasi Pembelajaran pada UMKM Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung.....93
4.3.3 Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing pada UMKM Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung 103
4.4 Analisis Verifikatif.....114
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....114
4.4.2.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas 114
4.4.2.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas 116
4.4.2.3 Pengujian Asumsi Multikolinieritas.....117

4.4.2 Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung....118
4.4.2.1 Model Persamaan Regressi Linier Berganda....118
4.4.3.2 Analisis Korelasi....120
4.4.3.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Orientasi Pasar (X1) dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing (Y)...123
4.4.3.4 Koefisien Determinasi....126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN....128
5.1 Kesimpulan....128
5.2 Saran....129
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Perkembangan UMKM 2
Tabel 1.2 Survei Awal Keunggulan Bersaing 6
Tabel 1.3 Survei Awal Orientasi Pasar 7
Tabel 1.4 Survei Awal Orientasi Pembelajaran 8
Tabel 1.5 Pelaksanaan Penelitian 13
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing 28
Tabel 3.1 Desain Penelitian 39
Tabel 3.2 Operasional Variabel 40
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r 46
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar 47
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Orientasi Pembelajaran 48
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing 48
Tabel 3.7 Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas 51
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas 51
Tabel 3.9 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal 54
Tabel 3.10 Tingkat Keeratan Korelasi 59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 72
Tabel 4.3 Kareteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah 74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 74
Tabel 4.5 Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Orientasi Pasar 76
Tabel 4.6 Tingkat Penciptaan Kepuasan Konsumen 78
Tabel 4.7 Tingkat Pemahaman terhadap Kebutuhan Konsumen 79
Tabel 4.8 Tingkat Upaya Peningkatkan Nilai Produk 80
Tabel 4.9 Tingkat Pemberian Layanan Purna Jual 82
Tabel 4.10 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Orientasi Pelanggan 83

Tabel 4.11 Tingkat Kecepatan Respon dari Pesaing 84
Tabel 4.12 Tingkat Mendiskusikan dengan Pekerja dalam Menghadapi Persaingan 85
Tabel 4.13 Tingkat Aktifitas Pemantauan Strategi Pesaing 86
Tabel 4.14 Tingkat Peningkatkan Keunggulan Bersaing 87
Tabel 4.15 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Orientasi Pesaing 88
Tabel 4.16 Tingkat Membagi Informasi tentang Konsumen 89
Tabel 4.17 Tingkat Pengetahuan Informasi Pasar 90
Tabel 4.18 Tingkat Kontribusi Peningkatan Nilai Pelanggan 91
Tabel 4.19 Tingkat Kontribusi Peningkatan Nilai Pelanggan 93
Tabel 4.20 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Koordinasi Antar Fungsi 94
Tabel 4.21 Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Orientasi Pasar 95
Tabel 4.22 Tingkat Berpikir Berdasarkan Fakta 97
Tabel 4.23 Tingkat Budaya yang Sejalan dengan Proses Pembelajaran 98
Tabel 4.24 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Komitmen Belajar 99
Tabel 4.25 Tingkat Pemikiran yang Terbuka 100
Tabel 4.26 Tingkat Kesamaan Tujuan Pembelajaran 100
Tabel 4.27 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Berbagi Visi 101
Tabel 4.28 Tingkat Kesamaan Arah 102
Tabel 4.29 Tingkat Kesaaan Insensitas 103
Tabel 4.30 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Keterbukaan Pemikiran 104
Tabel 4.31 Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Keunggulan Bersaing 105
Tabel 4.32 Tingkat Keunikan Produk 107
Tabel 4.33 Tingkat Perbedaan dengan Produk Pesaing 108
Tabel 4.34 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Keunikan Produk 109
Tabel 4.35 Tingkat Kerapihan Produk 110
Tabel 4.36 Tingkat Ketahanan Produk 111
Tabel 4.37 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Kualitas Produk 111
Tabel 4.38 Tingkat Kompetitif Harga Produk 112
Tabel 4.39 Tingkat Kemurahan Harga Produk 113

Tabel 4.40 Skor Tanggapan Para UMKM terhadap Harga Bersaing.....114
Tabel 4.41 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas 116
Tabel 4.42 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas 119
Tabel 4.43 Koefisien Regressi Linear Berganda.....120
Tabel 4.43 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi 121
Tabel 4.44 Analisis Korelasi 122
Tabel 4.45 Analisis Korelasi Berganda.....124
Tabel 4.46 Uji Hipotesis Pengaruh Simultan.....125
Tabel 4.47 Uji Hipotesis Pengaruh Parsial 125
Tabel 4.48 Koefisien Determinasi.....128

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Ruang Lingkup Orientasi Pasar 16

Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing 33

Gambar 3.1 Kurva Distribusi Normal 63

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Unit Pengembangan Teknis UMKM Sentra Topi Desa Rahayu 68

Gambar 4.2 Skala Penafsiran Persentase Skor Variabel Orientasi Pasar 77

Gambar 4.3 Skala Penafsiran Persentase Skor Variabel Orientasi Pembelajaran. 95

Gambar 4.4 Skala Penafsiran Presentase Skor Variabel Keunggulan Bersaing .105

Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Data.....116

Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas 117