



**PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN ORIENTASI  
PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN**  
(Studi Pada Usaha Batik-Tulis Di Grobogan-Jawa Tengah)

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

Penyusun:

Iva Nurrohmah  
14020216120020

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

2020



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

---

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Iva Nurrohmah
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020216120020
3. Tempat / Tanggal Lahir : Grobogan/ 31 Desember 1997
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl.Untung Suropati Rt 01/02 Desa Karang  
Paing Kec.Penawangan Kab.Grobogan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

**Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap  
Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi  
pada Usaha Batik Tulis di Grobogan-Jawa Tengah)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggungjawab.

Grobogan, Mei 2020

Pembuat Pernyataan;

Iva Nurrohamah

NIM. 14020216120020

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Batik Tulis di Grobogan-Jawa Tengah)**

Nama Penyusun : Iva Nurrohmah

NIM : 14020216120020

Program Studi : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1**

Semarang, Mei 2020

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsosno, MTP  
NIP.19640827 199001 1 001


Wakil Dekan 1



Dr.Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

Dr.Dra. Sri Suryoko, M.Si

  
(.....)

Dosen Penguji

Dr.Drs. Ngatno., M.M

  
(.....)

Prof. Dr.Dra Naili Farida, M.Si

  
(.....)

Dr.Dra. Sri Suryoko, M.si

  
(.....)

## **MOTTO**

Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut  
untuk kebaikan dirinya sendiri

**(Qs. Al-Ankabut: 6)**

Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk  
memotong), maka ia akan memanfaatkanku (dipotong).

**(HR.Muslim)**

Ketika kau sedang mengalami kesusahan dan bertanya-tanya kemana Allah,  
cukup ingat bahwa seorang guru selalu selalu diam saat ujian

**(Nourman Ali Khan)**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT Terimakasih atas Rahmat yang telah engkau berikan semua.
2. Ibu dan Bapak yang selalu menjaga, mendoakan, menyanyangi, memberikan dukungan dan menyakinkan bahwa saya mampu menyelesaikan dengan baik serta meraih apa yang saya cita citakan.
3. Kakak kakaku tercinta Sri Wulandari, Asep Teguh Waluyo dan Agung Bayu Saputra yang telah memberikan dukungan yang tiada henti.
4. Ibu Sri Suryoko Terimakasih atas bimbingan selama ini dari magang, seminar proposal, hingga skripsi.
5. Nisrina Fauziah yang telah membantu saya selama penelitian sampai selesai.
6. Untuk Joko Pitono terimakasih atas semangat dan dukungan yang telah diberikan.
7. Untuk teman dari maba yang menemani keluh kesah ku (Uli Ni'mah dan Resi Yuningsih)
8. Terimakasih untuk Yeni Istriarsih atas bantuannya
9. Untuk teman seperbimbingan ibu Suryoko ( Imas, Putri, Laras, Novia)
10. Untuk Goes to dan komunitas life is right (Mas Lukman, mas Rifa, mas Hanip, mba Firda, mba Nurul dan mba Devi)
11. Pengurus organisasi mahasiswa Grobogan Undip 2019.
12. Teman-teman KKN Tim II Desa Srobyong kecamatan Mlonggo kab. Jepara
13. Teman teman administrasi bisnis 2016 yang telah berjuang bersama sama menyelesaikan pendidikan.

**Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap  
Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran  
(Studi pada Usaha Batik Tulis di Grobogan-Jawa Tengah)**

**Abstrak**

Batik tulis merupakan salah satu usaha yang dijalankan oleh masyarakat kabupaten Grobogan. Batik tulis berpotensi untuk berkembang karena memiliki produk yang unik dan merupakan salah satu budaya yang ada di Indonesia. Akan tetapi pencapaian penjualan batik tulis belum sesuai dengan target yang diinginkan dan penjualan mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha batik tulis di Grobogan-Jawa Tengah. Tipe penelitian ini adalah explanatory research dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Sampel dari penelitian ini adalah 46 usaha batik tulis di Kabupaten Grobogan dengan kriteria telah melakukan kegiatan usaha minimal 2 tahun. Teknik yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan bantuan SPSS versi 20. Analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji mediasi (intervening). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kompetensi wirausaha terhadap keunggulan bersaing, orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian juga menunjukkan ada pengaruh antara kompetensi wirausaha terhadap kinerja pemasaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Hasil uji pengaruh tidak langsung menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung secara signifikan kompetensi wirausaha terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing serta adanya pengaruh tidak langsung secara signifikan orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing. Maka terdapat pengaruh mediasi/intervening keunggulan bersaing, dimana keunggulan bersaing merupakan variabel mediasi parsial, sehingga untuk meningkatkan kinerja pemasaran secara optimal, maka dapat melalui keunggulan bersaing. Dengan cara meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan usaha, mencari informasi tentang kondisi pasar serta kemampuan menghasilkan produk yang unik. Apabila akan melakukan penelitian mengenai kinerja pemasaran, dapat menggunakan variabel lain seperti orientasi pembelajaran, motivasi kerja, dan modal kerja.

Kata Kunci: Kompetensi Wirausaha, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Kinerja pemasaran

**The Effect of Entrepreneurial Competence and Market Orientation on  
Competitive Advantage to Improve Marketing Performance  
(Study on the Batik Business in Grobogan-Central Java)**

**Abstract**

*Handmade batik is one of the businesses run by the people of Grobogan district. Handmade batik has the potential to develop because it has a unique product and is one of the cultures in Indonesia. However, the achievement of batik sales has not been in accordance with the desired target and sales have decreased over the past three years. This study aims to determine the effect of entrepreneurial competence and market orientation on competitive advantage to improve marketing performance in the batik business in Grobogan-Central Java. This type of research is explanatory research with data collection techniques through questionnaires and interviews. The sample of this research was 46 batik business in Grobogan Regency with the criteria of having conducted business activities for at least 2 years. The technique used is quantitative analysis with the help of SPSS version 20. The analysis used is simple linear regression, multiple linear regression, t test and mediation test (intervening). The results showed that there was an influence of entrepreneurial competence on competitive advantage, market orientation on marketing performance, and competitive advantage on marketing performance. The results also showed that there was an influence between entrepreneurial competence on marketing performance and market orientation towards competitive advantage. The indirect effect test results show that there is a significant indirect effect of entrepreneurial competence on marketing performance through competitive advantage and there is a significant indirect effect of market orientation on marketing performance through competitive advantage. Then there is the effect of mediating / intervening competitive advantage, where competitive advantage is a partial mediating variable, so as to improve marketing performance optimally, it can be through competitive advantage. By increasing the ability to develop businesses, find information about market conditions and the ability to produce unique products. If you are going to do research on marketing performance, you can use other variables such as learning orientation, work motivation, and working capital.*

*Keywords :Entrepreneurial Competence, Market Orientation, Competitive Advantage, Marketing Performance.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, minat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada KUB Batik Tulis di Grobogan-Jawa Tengah)** dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak baik secara materill maupun moril. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M, Ph.D. selaku ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, saran, dan waktu yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini.
4. Dr.Drs Ngatno, M.M. Selaku dosen penguji 1 atas waktu dan masukan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr.Dra. Naili Farida, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji II yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya dosen departemen administrasi bisnis Undip, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah penulis berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif



sangat penulis di harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Mei 2020  
Penyusun,

Iva Nurrohmah  
1402016120020

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
Abstrak .....	vi
Abstract .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4. Landasan Teori.....	9
1.4.1 Pemasaran.....	9
1.5 Penelitian Terdahulu .....	27
1.6 Hipotesis .....	29
1.7 Definisi Konsep .....	31

1.7.1 Kompetensi Wirausaha.....	31
1.7.2 Orientasi Pasar.....	31
1.7.3 Keunggulan Bersaing .....	31
1.7.4 Kinerja Pemasaran.....	32
1.8 Definisi Operasional .....	32
1.8.1 Kompetensi Wirausaha.....	32
1.8.2 Orientasi Pasar.....	33
1.8.3 Keunggulan Bersaing .....	33
1.8.4 Kinerja Pemasaran.....	34
1.9 Metode Penelitian .....	34
1.9.1 Tipe Penelitian.....	35
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	36
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
1.9.4 Jenis dan Sumber Data .....	38
1.9.5 Skala Pengukuran .....	40
1.9.6 Metode Pengumpulan Data .....	41
1.9.7 Teknik Pengolahan Data.....	42
1.9.8 Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB II GAMBARAN UMUM USAHA BATIK TULIS DI GROBOGAN-</b>	
<b>JAWA TENGAH DAN IDENTITAS RESPONDEN .....</b>	<b>56</b>
2.1 Keadaan Wilayah Kabupaten Grobogan.....	56
2.1.1 Sejarah Singkat Kabupaten Grobogan.....	56
2.1.2 Letak Geografis Administratif Kabupaten Grobogan .....	58
2.2 Sejarah Batik Grobogan .....	60

2.3 Usaha Batik di Grobogan.....	61
2.4 Sejarah Perkembangan Usaha Batik di Grobogan .....	62
2.5 Produk Usaha Batik Tulis di Grobogan .....	64
2.6 Macam-macam Motif Dasar Batik Tulis di Grobogan .....	68
2.7 Gambaran Umum Responden .....	69
2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	69
2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital .....	71
2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	71
2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	72
2.7.7 Identitas Responden Berdasarkan Omzet Penjualan .....	73
 BAB III PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN ORIENTASI	
PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UNTUK	
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN .....	74
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	74
3.1.1 Uji Validitas.....	75
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	78
3.2 Deskripsi Variabel Kompetensi Wirausaha, Orientasi Pasar, Keunggulan	
Bersaing dan Kinerja Pemasaran .....	79
3.2.1 Variabel Kompetensi Wirausaha (X1) .....	80
3.2.2 Variabel Orientasi Pasar (X2).....	87
3.2.3 Variabel Keunggulan Bersaing (Z).....	95
3.2.4 Variabel Kinerja Pemasaran (Y) .....	103

3.3 Analisis Data .....	110
3.3.1 Analisis Pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing (H1).....	110
3.3.2 Analisis Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing (H2) ..	114
3.3.3 Analisis Pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran (H3).....	117
3.3.4 Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran (H4).....	120
3.3.5 Analisis Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (H5).....	124
3.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	127
3.3.7 Uji Simultan (Uji-F) .....	129
3.3.8 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	130
3.3.9 Uji Sobel ( <i>Sobel Tets</i> ).....	133
3.4 Pembahasan.....	135
3.4.1 Pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing (H1).....	135
3.4.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing (H2).....	137
3.4.3 Pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran (H3).....	139
3.4.4 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran (H4).....	140
3.4.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (H5) ..	142
3.4.6 Pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing (H6).....	144

3.4.7 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing (H7) .....	147
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	150
4.1 Kesimpulan .....	150
4.2 Saran .....	152
DAFTAR PUSTAKA .....	154

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rangking UMKM dengan Omzet Tertinggi di Kabupaten Grobogan...	5
Tabel 1. 2 Penjualan Batik Tulis di Grobogan.....	6
Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 1. 4 Variabel Penelitian.....	35
Tabel 1. 5 Jumlah Sampel Usaha Batik Tulis di Grobogan.....	37
Tabel 1. 6 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	45
Tabel 2. 1 Pembagian Wilayah Administrasi dan Luas Wilayah.....	59
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Umur Responden.....	69
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	70
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital.....	71
Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	71
Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan .....	72
Tabel 2. 8 Rerata Omzet Penjualan Per Tahun .....	73
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kompetensi Wirausaha .....	75
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Orientasi Pasar .....	76
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing.....	77
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Kinerja Pemasaran .....	77
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel 3. 6 Kemampuan Bersikap Proaktif.....	80
Tabel 3. 7 Berani Mengambil Resiko Usaha .....	81
Tabel 3. 8 Kemampuan Mengembangkan Usaha .....	83

Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kompetensi	
Wirausaha.....	84
Tabel 3. 10 Kategori Variabel Kompetensi Wirausaha .....	86
Tabel 3. 11 Kemampuan Memahami Kepuasan Pelanggan .....	88
Tabel 3. 12 Kemampuan Memonitor Pesaing.....	89
Tabel 3. 13 Kemampuan Mencari Informasi Tentang Kondisi Pasar .....	90
Tabel 3. 14 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Orientasi	
Pasar .....	92
Tabel 3. 15 Kategori Variabel Orientasi Pasar.....	94
Tabel 3. 16 Kemampuan Menghasilkan Produk Yang Unik .....	96
Tabel 3. 17 Kemampuan Menghasilkan Kualitas Produk Bermutu Tinggi .....	97
Tabel 3. 18 Kemampuan Menawarkan Harga Bersaing Sesuai dengan	
Kualitas .....	98
Tabel 3. 19 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keunggulan	
Bersainng .....	99
Tabel 3. 20 Kategori Variabel Keunggulan Bersaing .....	102
Tabel 3. 21 Kemampuan Meningkatkan Jumlah Penjualan.....	103
Tabel 3. 22 Kemampuan Meningkatkan Jumlah Pelanggan.....	104
Tabel 3. 23 Kemampuan Menaikkan Keuntungan.....	106
Tabel 3. 24 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kinerja	
Pemasaran .....	107
Tabel 3. 25 Kategori Variabel Kinerja Pemasaran.....	109
Tabel 3. 26 Koefisien Korelasi Kompetensi Wirausaha terhadap Keunggulan	
Bersaing.....	110



Tabel 3. 27 Koefisien Determinasi Kompetensi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing .....	111
Tabel 3. 28 Koefisien Regresi Sederhana Variabel Kompetensi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing.....	112
Tabel 3. 29 Koefisien Korelasi Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.....	114
Tabel 3. 30 Koefisien Determinasi Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.....	114
Tabel 3. 31 Koefisien Regresi Sederhana Variabel Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing .....	115
Tabel 3. 32 Koefisien Korelasi Kompetensi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran .....	117
Tabel 3. 33 Koefisien Determinasi Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran .....	118
Tabel 3. 34 Koefisien Regresi Sederhana Variabel Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran .....	118
Tabel 3. 35 Koefisien Korelasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran ....	121
Tabel 3. 36 Koefisien Determinasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran .....	121
Tabel 3. 37 Koefisien Regresi Sederhana Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran .....	122
Tabel 3. 38 Koefisien Korelasi Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran .....	124

Tabel 3. 39 Koefisien Determinasi Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran .....	124
Tabel 3. 40 Koefisien Regresi Sederhana keunggulan bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran .....	125
Tabel 3. 41 Uji Regresi Berganda Kompetensi Wirausaha, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran .....	127
Tabel 3. 42 Hasil Uji Simultan (F test) .....	129
Tabel 3. 43 Hasil Uji Simultan (F test) .....	129
Tabel 3. 44 Pengujian Analisis Jalur.....	130

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Penelitian .....	30
Gambar 1. 2 Kurva Hasil Uji t (Two Tail Test).....	48
Gambar 1. 3 Kurva Hasil Uji F .....	50
Gambar 1. 4 Path Analysis.....	50
Gambar 1. 5 Uji Sobel.....	52
Gambar 2. 1 Motif Tanaman/ Padi dan Jagung Batik Tulis di Grobogan .....	67
Gambar 2. 2 Motif Wisata Unggulan Batik Tulis di Kabupaten Grobogan.....	67
Gambar 3. 1 Kurva t-test antara Variabel X1 dengan Variabel Z.....	113
Gambar 3. 2 Kurva t-test antara Variabel X2 dengan Variabel Z.....	117
Gambar 3. 3 Kurva t-test antara Variabel X1 dengan Variabel Y.....	120
Gambar 3. 4 Kurva t-test antara Variabel X2 dengan Variabel Y.....	123
Gambar 3. 5 Kurva t-test antara Variabel Z dengan Variabel Y .....	127
Gambar 3. 6 Hasil analisis Jalur.....	131
Gambar 3. 7 Sobel Test Pengaruh Variabel Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing .....	133
Gambar 3. 8 Sobel Test Pengaruh Variabel Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing .....	134