

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	25
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	26
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	26
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	27
1.4 Sistematika Penulisan.....	27
<b>BAB II</b> .....	29
<b>TELAAH PUSTAKA</b> .....	29
2.1 Landasan Teori.....	29
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	29
2.1.2 Pemasaran Strategik.....	30
2.1.3 <i>Service Dominant Logic</i> .....	31
2.1.4 Kinerja Pemasaran.....	33
2.1.5 Orientasi Pasar.....	35

2.1.6	Inovasi Produk .....	38
2.2	Penelitian Terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran .....	45
<b>BAB III</b>	.....	47
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	47
3.1	Desain dan Jenis Penelitian .....	47
3.2	Informan Penelitian .....	49
3.3	Sumber Data .....	49
3.3.1	Data Primer .....	49
3.3.2	Data Sekunder .....	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.4.1	Wawancara .....	50
3.4.2	Observasi .....	51
3.4.3	Dokumentasi .....	52
3.5	Metode Pengolahan Data.....	52
3.5.1	Reduksi Data .....	53
3.5.2	Penyajian Data .....	54
3.5.3	Penarikan Kesimpulan .....	54
3.6	Uji Validitas Data .....	55
3.6.1	Uji <i>Credibility</i> (Kredibilitas/Validitas Internal).....	56
3.6.2	Uji <i>Transferability</i> (Transferabilitas/Validitas Eksternal) .....	57
<b>BAB IV</b>	.....	58
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	58
4.1	Deskripsi Usaha.....	58
4.2	Profil Narasumber .....	59
4.3	Analisis Orientasi Pasar.....	60
4.3.1	Orientasi Pelanggan .....	61
4.3.2	Orientasi Pesaing.....	62
4.3.3	Koordinasi Antar Fungsi.....	63
4.4	Analisis Inovasi Produk.....	63

4.4.1	Perubahan Desain.....	65
4.4.2	Inovasi Teknis.....	66
4.4.3	Pengembangan Produk.....	68
4.5	Kinerja Pemasaran.....	71
4.5.1	Pertumbuhan Penjualan.....	71
4.5.2	Pertumbuhan Pelanggan.....	72
4.5.3	Keberhasilan Produk.....	73
<b>BAB V</b>	.....	77
<b>PENUTUP</b>	.....	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Implikasi Manajerial.....	78
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4	Saran.....	79
5.4.1	Saran bagi UMKM.....	79
5.4.2	Saran bagi penelitian selanjutnya.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	81
<b>LAMPIRAN</b>	.....	85

**FEB UNDIP**