

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
INTISARI	vi
SUMMARY	xxii
KATA PENGANTAR	xxxvii
DAFTAR ISI	xli
DAFTAR TABEL	l
DAFTAR GAMBAR	liv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Research Gap antara inovasi dengan keunggulan bersaing	11
1.3 Fenomena Bisnis	15
1.4 Masalah Penelitian	27
1.5 Pertanyaan Penelitian	28
1.6 Tujuan Penelitian	29
1.7 Manfaat Penelitian	30
1.7.1 Manfaat Teoritis	30
1.7.2 Manfaat Praktis	30

1.8 Orisinalitas Penelitian	30
-----------------------------------	----

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

PENELITIAN	33
2.1 Resource Based View Theory	33
2.2 Market Based Theory.....	34
2.3 Entrepreneurial Theory	36
2.4 Pengembangan Proposisi dan Model Teoritikal Dasar	38
2.4.1 Inovasi	38
2.4.2 Inovasi Lini Produk	46
2.4.3 Keunggulan Bersaing	50
2.4.4 Orientasi Kewirausahaan	55
2.4.5 Daya Proaktifitas Usaha	60
2.4.6 Orientasi Pasar	64
2.4.6.1 Fleksibilitas Respon Pesaing	68
2.4.6.2 Adaptabilitas Selera Pelanggan	70
2.4.7 Kinerja Pemasaran	72
2.4.8 Social Interaction	76
2.4.9 Produk Ikonik Akulturatif	78
2.4.9.1 Produk Ikonik	78
2.4.9.2 Akulturasi	85
2.4.10 Proposisi	96
2.4.11 Model Teoritikal Dasar	101
2.5 Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian Empirik.....	102

2.5.1 Pengaruh Daya Proaktifitas Usaha Terhadap Inovasi	
Lini Produk	102
2.5.2 Pengaruh Adaptabilitas Selera Pelanggan dengan	
Inovasi Lini Produk	106
2.5.3 Pengaruh Fleksibilitas Respon Pesaing Terhadap	
Inovasi Lini Produk	110
2.5.4 Pengaruh Daya Proaktifitas Usaha Terhadap Produk	
Ikonik Akulturatif	112
2.5.5 Pengaruh Adaptabilitas Selera Pelanggan Terhadap	
Produk Ikonik Akulturatif	113
2.5.6 Pengaruh Fleksibilitas Respon Pesaing Terhadap	
Produk Ikonik Akulturatif	114
2.5.7 Pengaruh Inovasi Lini Produk Terhadap Produk	
Ikonik Akulturatif	116
2.5.8 Pengaruh Daya Proaktifitas Usaha Terhadap	
Keunggulan Bersaing Produk	118
2.5.9 Pengaruh Inovasi Lini Produk Terhadap Keunggulan	
Bersaing Produk	120
2.5.10 Pengaruh Adaptabilitas Selera Pelanggan Terhadap	
Keunggulan Bersaing Produk	122
2.5.11 Pengaruh Fleksibilitas Respon Pesaing Terhadap	
Keunggulan Bersaing Produk	125
2.5.12 Pengaruh Produk Ikonik Akulturatif Terhadap	

Keunggulan Bersaing Produk	132
2.5.13 Pengaruh Produk Ikonik Akulturatif Terhadap	
Kinerja Pemasaran	135
2.5.14 Pengaruh Keunggulan Bersaing Produk Terhadap	
Kinerja Pemasaran.....	138
2.6 Model Penelitian Empirik	141
2.7 Definisi Konseptual Variabel	143
2.7.1 Daya Proaktifitas Usaha	143
2.7.2 Adaptabilitas Selera Pelanggan	143
2.7.3 Fleksibilitas Respon Pesaing	144
2.7.4 Inovasi Lini Produk	145
2.7.5 Produk Ikonik Akulturatif	146
2.7.6 Keunggulan Bersaing Produk	146
2.7.7 Kinerja Pemasaran	147
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS	148
3.1 Pendahuluan	148
3.2 Jenis Penelitian	148
3.3 Populasi dan Sampel	151
3.3.1 Populasi	151
3.3.2 Sampel.....	152
3.3.2.1 Penentuan ukuran sampel	152
3.3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel	153
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	154

3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	157
3.5.1 Sumber Data	157
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	158
3.6 Pengolahan Data dan Alat Analisis Data	159
3.6.1 Statistik Deskriptif	159
3.6.2 Statistik Kuantitatif	160
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN REKOMENDASI	171
4.1 Pengantar	171
4.2 Deskripsi Umum Objek Penelitian	171
4.3 Sejarah Perkembangan Batik	172
4.4 Identitas Responden	182
4.4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	182
4.4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	183
4.4.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan	184
4.4.4 Identitas Responden Berdasarkan Posisi di Perusahaan	185
4.4.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	186
4.4.6 Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha....	187
4.4.7 Identitas Responden Berdasarkan Latar Belakang Keluarga	188
4.5 Identitas Perusahaan	189
4.5.1 Identitas Perusahaan Berdasarkan Jenis Perusahaan	189
4.5.2 Identitas Perusahaan Berdasarkan Jumlah Pegawai Tetap ..	189
4.5.3 Identitas Perusahaan Berdasarkan Wilayah Pemasaran.....	190
4.6 Deskripsi Variabel	191
4.6.1 Deskripsi Variabel Daya Proaktifitas Usaha	192

4.6.2 Deskripsi Variabel Adaptabilitas Selera Pelanggan	197
4.6.3 Deskripsi Variabel Fleksibilitas Respon Pesaing	202
4.6.4 Deskripsi Variabel Inovasi Lini Produk.....	206
4.6.5 Deskripsi Variabel Produk Ikonik Akulturatif	210
4.6.6 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing Produk.....	215
4.6.7 Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran	219
4.7 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	223
4.7.1 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Variabel Eksogen Daya Proaktifitas Usaha, Adaptabilitas Selera Pelanggan dan Fleksibilitas Respon Pesaing	223
4.7.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Revisi	227
4.7.3 Analisis Faktor Konfirmatori Antar variable Endogen Inovasi Lini Produk, Produk ikonik Akulturatif, Keunggulan Bersaing Produk dan Kinerja Pemasaran.....	230
4.7.4 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen Revisi.....	235
4.7.5 Analisis Full Model Membangun Produk Ikonik Akulturatif.....	239
4.8 Pengujian Evaluasi Asumsi SEM dalam Model Struktural	246
4.8.1 Ukuran Sampel	246
4.8.2 Evaluasi Normalitas Data.....	247
4.8.3 Evaluasi Outlier	247
4.8.4 Evaluasi Multikolinearitas.....	248
4.8.5 Pengujian Residual.....	248
4.8.6 Uji Reliabilitas	249
4.9 Pengujian Hipotesis dan pembahasan Hipotesis	250
4.9.1 Pengujian Hipotesis 1.....	252

4.9.2 Pengujian Hipotesis 2.....	255
4.9.3 Pengujian Hipotesis 3.....	257
4.9.4 Pengujian Hipotesis 4.....	259
4.9.5 Pengujian Hipotesis 5.....	260
4.9.6 Pengujian Hipotesis 6.....	263
4.9.7 Pengujian Hipotesis 7.....	264
4.9.8 Pengujian Hipotesis 8.....	266
4.9.9 Pengujian Hipotesis 9.....	267
4.9.10 Pengujian Hipotesis 10.....	269
4.9.11 Pengujian Hipotesis 11.....	270
4.9.12 Pengujian Hipotesis 12.....	271
4.9.13 Pengujian Hipotesis 13.....	274
4.9.14 Pengujian Hipotesis 14.....	275
4.10. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Model Produk Ikonik Akulturatif.....	279
4.11 Pembahasan Produk Ikonik Akulturatif.....	285
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	314
5.1 Pengantar	314
5.2 Kesimpulan	316
5.2.1 Kesimpulan Hasil Hipotesis.....	316
5.2.1.1 Pengaruh Daya Proaktifitas Usaha terhadap Inovasi Lini Produk	316

5.2.1.2	Pengaruh Adaptabilitas Selera Pelanggan	
	Terhadap Inovasi Lini Produk.....	317
5.2.1.3	Pengaruh Fleksibilitas Respon Peasing Terhadap	
	Inovasi Lini Produk	319
5.2.1.4	Pengaruh Daya proaktifitas Usaha Dengan	
	Produk Ikonik Akulturatif	321
5.2.1.5	Pengaruh Adaptabilitas Selera pelanggan	
	terhadap Produk Ikonik Akulturatif	322
5.2.1.6	Pengaruh Fleksibilitas Respon Pesaing	
	Terhadap Produk Ikonik Akulturatif	323
5.2.1.7	Pengaruh Inovasi Lini Produk Terhadap Produk	
	Ikonik Akulturatif.....	324
5.2.1.8	Pengaruh Daya Proaktifitas Usaha Terhadap	
	Keunggulan Bersaing Produk.....	326
5.2.1.9	Pengaruh Fleksibilitas respon Pesaing Terhadap	
	Keunggulan Bersaing Produk.....	327
5.2.1.10	Pengaruh Adaptabilitas Selera Pelanggan	
	Terhadap Keunggulan Bersaing Produk.....	328
5.2.1.11	Pengaruh Inovasi Lini Produk Terhadap	
	Keunggulan Bersaing Produk.....	328
5.2.1.12	Pengaruh Produk Ikonik Akulturatif Terhadap	
	Keunggulan Bersaing Produk.....	330

5.2.1.13 Pengaruh Produk Ikonik Akulturatif Terhadap	
Kinerja Pemasaran.....	331
5.2.1.14 Pengaruh Keunggulan Bersaing Produk	
Terhadap Kinerja Pemasaran	332
5.2.2 Kesimpulan dari Masalah Penelitian	333
5.3 Kontribusi Teoritis	338
5.4 Implikasi Manajerial.....	347
5.5 Keterbatasan Penelitian	355
5.6 Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	356
DAFTAR PUSTAKA	357
GLOSSARY	389
LAMPIRAN	391

FEB UNDIP