

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
<i>Sertifikasi</i>	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTARGAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Riset	19
1.4 Manfaat Riset	20
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	22
2.1 <i>Market Orientation</i>	22
2.2 <i>Product Innovation</i>	28
2.3 <i>Competitive Advantage</i>	31
2.4 <i>Market Performance</i>	34
2.5 Hubungan Antar Variabel	49
2.5.1 Pengaruh <i>Market Orientation</i> Terhadap <i>Competitive Advantage</i>	49
2.5.2 Pengaruh <i>Product Innovation</i> Terhadap <i>Competitive Advantage</i>	50
2.5.3 Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> Terhadap <i>Competitive Advantage</i> ..	51
2.5.4 Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> Terhadap <i>Market Performance</i>	52
2.5.5 Pengaruh <i>Market Orientation</i> Terhadap <i>Market Performance</i>	52
2.5.6 Pengaruh <i>Product Innovation</i> Terhadap <i>Market Performance</i>	53
2.5.7 Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> Terhadap <i>Market Performance</i>	54
2.5.8 Pengaruh <i>Market Orientation</i> terhadap <i>Market Performance</i> melalui <i>Competitive Advantage</i> sebagai Variabel Mediasi	55
2.5.9 Pengaruh <i>Product Innovation</i> terhadap <i>Market Performance</i> melalui <i>Competitive Advantage</i> sebagai Variabel Mediasi	57
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	58

BAB III METODOLOGI RISET	60
3.1 Variabel Riset serta Definisi Operasional Variabel.....	60
3.2 Populasi serta Sampel.....	62
3.2.1 Populasi.....	62
3.2.2 Sampel	64
3.3 Jenis serta Sumber Data.....	65
3.4 Metode Pengumpulan Data	66
3.5 Teknik Analisis.....	66
3.5.2 Uji Reliabilitas	67
3.5.3 Uji Multikolinearitas	67
3.5.4 Uji F	68
3.5.5 Uji t.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	69
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	72
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	74
4.1.4 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.1.5 Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	96
4.2 Hasil Penelitian.....	110
BAB V PENUTUP	124
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Implikasi	128
5.3 Keterbatasan	126
5.4 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA.....	130
DAFTAR LAMPIRAN	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	58
Gambar 4. 1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	85
Gambar 4. 2 Uji Hipotesis.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap	12
Tabel 3.1 Definisi dan Indikator Variabel.....	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	72
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Market Orientation	74
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Entrepreneurial Orientation	76
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Product Innovation.....	78
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Market Performance.....	80
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Competitive Advantage	82
Tabel 4. 7 Hasil Uji Outer Loading.....	86
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	92
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	94
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolinearitas Konstruk (Inner VIF)	97
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	98
Tabel 4. 14 Hasil Uji Effect Size (f-Square)	100
Tabel 4. 15 Hasil Uji Predictive Relevance (Q-Square)	102
Tabel 4. 16 Hasil Uji Model Fit	104
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Path Coefficient)	105
Tabel 4. 18 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (Specific Indirect Effect)	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	137

