DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Sertifikasi ii
Halaman Pengesahan Tesis iii
Motto iv
Abstract v
Abstrak vi
Kata Pengantar vii
Daftar Isi ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 19
1.3 Tujuan Penelitian 20
1.4 Kegunaan Penelitian 21
1.4.1 Kegunaan Teoritis 21
1.4.2 Kegunaan Praktis 22

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 23
2.1.1 Orientasi Pasar 23
2.1.2 Strategi Inovasi 24
2.1.3 Keunggulan Bersaing 26
2.1.4 Kinerja perusahaan 27
2.2 Penelitian Terdahulu 29
2.3 Pengembangan Hipotesis 31
2.3.1 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan 31
2.3.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan 32
2.3.3 Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan 33

2.3.4 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing 34
2.3.5 Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing 36
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis 37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain dan Objek Penelitian 38
3.1.1. Desain Penelitian 38
3.1.2. Objek Penelitian 38
3.2 Jenis dan Sumber Data 38
3.2.1. Jenis Data 38
3.2.2. Sumber Data 39
3.3 Populasi dan Sampel 39
3.4 Definisi Operasional 40
3.5 Teknik Pengumpulan Data 41
3.6 Teknik Analisis Data 41
3.6.1. Analisis Kuantitatif 41
3.6.2. Model Pengukuran atau Measurement Model 43
3.6.3 Model Struktural atau Struktural Model 45
3.6.4. Resampling dengan *Bootstrapping* 45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 46
4.2 Data dan Deskriptif Responden 47
4.2.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin 47
4.2.2. Karakteristik Responden Menurut Usia 48
4.2.3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan 49
4.2.4. Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja 50
4.2.5. Analisis Deskriptif Penelitian 51
4.2.6. Perhitungan Angka Indeks Pada Variabel – Variabel Penelitian 52
4.2.6.1 Persepsi Responden Mengenai Variabel Orientasi Pasar 53
4.2.6.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Inovasi 54

4.2.6.3 Persepsi Responden Mengenai Variabel Keunggulan Bersaing 55
4.2.6.4 Persepsi Responden Mengenai Variabel Kinerja Perusahaan 56
4.3 Uji Kelayakan Data 57
4.3.1. Uji Validitas 57
4.3.2. Uji Reliabilitas 58
4.4 Hasil Uji Statistik 59
4.4.1. Analisis *Outer Model* 59
4.4.1.1 Uji *Convergent Validity (Outer Loadings*) 60
4.4.1.2 Uji *Discriminant Validity* 61
4.4.1.3 Uji *Average Variance Extracted* (AVE) 62
4.4.1.4 Uji Reliabilitas Menggunakan Nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* 63
4.4.2. Analisis inner model 64
4.4.2.1 Koefisien Determinasi (R^2) 64
4.4.2.2 *Path Coefficients* 65
4.4.3. Uji Hipotesis 67
4.4.4. *Specific Indirect Effect* 70
4.5 Pembahasan 71
4.5.1. Keunggulan Bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan 71
4.5.2. Orientasi Pasar berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan 72
4.5.3. Strategi Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan 73
4.5.4. Orientasi Pasar berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing 74
4.5.5. Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing 75

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Kesimpulan Hipotesis 76
5.1.1. Hasil Hipotesis 1 76
5.1.2. Hasil Hipotesis 2 76
5.1.3. Hasil Hipotesis 3 76
5.1.4. Hasil Hipotesis 4 77
5.1.5. Hasil Hipotesis 5 77
5.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian 77
5.2.1. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing 78
5.2.2. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing.....78
5.3 Implikasi Teoritis 80
5.4 Implikasi Manajerial 82
5.5 Keterbatasan Penelitian.....84
5.6 Agenda Penelitian Kedepan 85

DAFTAR PUSTAKA 86

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP