

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | v |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | vi |
| PERNYATAAN ORISINILITAS | vii |
| PERSETUJUAN PUBLIKASI | viii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | 12 |
| D. Manfaat Penelitian | 13 |
| BAB II KAJIAN TEORITIK | 14 |
| A. Deskripsi Konseptual | 14 |
| 1. Keunggulan Bersaing (Y) | 14 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Inovasi Produk (Z) | 21 |
| 3. Orientasi Kewirausahaan (X2) | 26 |
| 4. Orientasi Pasar (X1) | 29 |
| B. Hasil Penelitian Relevan | 32 |
| C. Kerangka Teoritik | 42 |
| D. Perumusan Hipotesis Penelitian | 48 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN..... | 49 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian | 49 |
| B. Metode Penelitian..... | 49 |
| C. Populasi dan Sampel | 52 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 53 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 60 |
| F. Gambaran Awal Penelitian..... | 64 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 65 |
| A. Deskripsi Data | 65 |
| 1. Data Keunggulan Bersaing (Y) | 66 |
| 2. Data Inovasi Produk (Z) | 69 |
| 3. Data Orientasi Kewirausahaan (X2) | 72 |
| 4. Data Orientasi Pasar (X1) | 75 |
| B. Analisa Model Struktural | 78 |
| 1. Analisis <i>Outer Model</i> | 78 |
| 2. Analisis <i>Inner Model</i> | 85 |
| 3. Uji Hipotesis | 90 |
| C. Pembahasan..... | 93 |
| BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN | 99 |
| A. Kesimpulan..... | 99 |

| | |
|--|------------|
| B. Implikasi..... | 101 |
| C. Saran..... | 102 |
| D. Keterbatasan Penelitian | 103 |
| E. Rekomendasi Penelitian Sebelumnya | 104 |
| DAFTAR PUSTAKA | 105 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 112 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel I.1 Jumlah UMKM di Indonesia | 1 |
| Tabel III.1 Kisi – kisi Instrumen Keunggulan Bersaing (Y) | 53 |
| Tabel III.2 Kisi – kisi Instrumen Inovasi Produk (Z) | 55 |
| Tabel III.3 Kisi – kisi Instrumen Orientasi Kewirausahaan (X2)..... | 57 |
| Tabel III.4 Kisi – kisi Instrumen Orientasi Pasar (X1) | 58 |
| Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Keunggulan Bersaing (Y) | 66 |
| Tabel IV.2 Rata – rata skor Keunggulan Bersaing (Y)..... | 67 |
| Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Inovasi Produk (Z) | 69 |
| Tabel IV.4 Rata – rata skor Inovasi Produk (Z)..... | 70 |
| Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Orientasi Kewirausahaan (X2)..... | 72 |
| Tabel IV.6 Rata – rata skor Orientasi Kewirausahaan (X2) | 73 |
| Tabel IV.7 Distribusi Frekuensi Orientasi Pasar (X1)..... | 75 |
| Tabel IV.8 Rata – rata skor Orientasi Pasar (X1) | 76 |
| Tabel IV.9 <i>Outer Loading Factors</i> | 79 |
| Tabel IV.10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 80 |
| Tabel IV.11 <i>Cross Loading</i> | 81 |
| Tabel IV.12 <i>Cronbach Alpha</i> | 83 |
| Tabel IV.13 <i>Composite Reliability</i> | 83 |
| Tabel IV.14 <i>R-Square (R²)</i> | 86 |
| Tabel IV.15 <i>f-Square (f²)</i> | 87 |
| Tabel IV.16 <i>Variance Inflation Factors (VIF)</i> | 89 |
| Tabel IV.17 <i>Path Coeficients</i> | 90 |
| Tabel IV.18 <i>Specific Indirect Effect</i> | 92 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar I.1 Intensitas pengunjung Kedai Kopi | 7 |
| Gambar I.2 Preferensi pilihan Kedai Kopi | 8 |
| Gambar I.3 Indikator penilaian konsumen | 9 |
| Gambar III.1 Gambar awalan penelitian..... | 63 |
| Gambar IV.1 Grafik histogram Keunggulan Bersaing (Y)..... | 67 |
| Gambar IV.2 Grafik histogram Inovasi Produk (Z)..... | 70 |
| Gambar IV.3 Grafik histogram Orientasi Kewirausahaan (X2) | 73 |
| Gambar IV.4 Grafik histogram Orientasi Pasar (X1) | 76 |
| Gambar IV.5 <i>Outer Model</i> | 78 |
| Gambar IV.6 <i>Inner Model</i> | 85 |
| Gambar IV.1 <i>Blindfolding q^2</i> | 88 |

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Surat permohonan izin pra penelitian | 109 |
| Lampiran 2. Dokumentasi pra penelitian | 110 |
| Lampiran 3. Lembar konsultasi | 111 |
| Lampiran 4. Kuesioner Uji Coba | 112 |
| Lampiran 5. Kuesioner Uji Final | 115 |
| Lampiran 6. Analisis Deskriptif | 118 |
| Lampiran 7. Tabulasi X1, X2, Z, dan Y | 119 |
| Lampiran 8. Kelas Interval Orientasi Pasar (X1) | 128 |
| Lampiran 9. Kelas Interval Orientasi Kewirausahaan (X2) | 129 |
| Lampiran 10. Kelas Interval Inovasi Produk (Z) | 130 |
| Lampiran 11. Kelas Interval Keunggulan Bersaing (Y) | 131 |
| Lampiran 12. Model Penelitian Pertama | 132 |
| Lampiran 13. Model Penelitian Kedua | 133 |