

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	
HALAMAN SAMPUL DALAM	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN PENGUJI	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
A. Latar Belakang Penelitian	15
B. Rumusan Masalah	22
C. Tujuan Penelitian	23
D. Kegunaan Penelitian	23
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	24
F. Definisi Operasional	27
G. Sistematika Penulisan	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	30
A. Landasan Teori.....	30

B. Kajian Terdahulu	54
C. Kerangka Konseptual	62
D. Hipotesis Penelitian	63
BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	65
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	66
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	67
D. Teknik Pengumpulan Data.....	69
E. Teknik Analisis Data.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	78
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	78
B. Analisis Deskriptif	79
C. Analisis Data.....	87
BAB V PEMBAHASAN	100
A. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Efektivitas Pemasaran pada Kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, Kota Blitar .	100
B. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Efektivitas Pemasaran pada Kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, Kota Blitar.....	101
C. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Efektivitas Pemasaran pada Kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, Kota Blitar.....	104
D. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Efektivitas Pemasaran pada Kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, Kota Blitar.....	107
BAB VI PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal.
1.1	Industri Komoditi Andalan per Kecamatan	5
3.1	Pedoman Nilai Jawaban Kuesioner.....	54
3.2	Instrumen Penelitian.....	55
4.1	Kerektiristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2	Kerektiristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.3	Kerektiristik Responden Berdasarkan Lama Beroperasi	65
4.4	Frekuensi Kuesioner Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)	66
4.5	Frekuensi Kuesioner Variabel Orientasi Pasar (X2).....	68
4.6	Frekuensi Kuesioner Variabel Inovasi Produk (X3).....	69
4.7	Frekuensi Kuesioner Variabel Efektivitas Pemasaran (Y).....	70
4.8	Hasil Uji Validitas.....	71
4.9	Hasil Uji Reabilitas	72
4.10	Hasil Uji Normalitas	73
4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	74
4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.13	Hasil Uji Autokorelasi.....	76
4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
4.15	Hasil Uji F (Simultan).....	78
4.16	Hasil Uji T (Parsial)	79
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1 Market Orientation	30
2.2 Kerangka Konseptual.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2: Data Statistik Mentah	105
Lampiran 3: Output SPSS 21 (6 Responden)	110
Lampiran 4: Output SPSS 21 (40 responden).....	114
Lampiran 5: Bukti Penyebaran Kuesioner	125
Lampiran 6: Kartu Kendali Bimbingan Skripsi	126
Lampiran 7: Pernyataan Keaslian Tulisan	139
Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup	140