

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAKv

KATA PENGANTARvii

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR TABEL..... xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Perumusan Masalah..... 10

1.3 Tujuan Penelitian..... 11

1.4 Manfaat Penelitian..... 12

1.5 Sistematika Penulisan..... 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 15

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 15

2.1.2 *Brand Image* 17

2.1.3 *Customer Engagement* 19

| | |
|---|----|
| 2.1.4 <i>Brand Reputation</i> | 22 |
| 2.1.5 Keunggulan Bersaing | 24 |
| 2.1.6 Kinerja Perusahaan..... | 27 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 29 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 32 |
| 2.3.1 <i>Brand Image</i> dan Keunggulan Bersaing..... | 32 |
| 2.3.2 <i>Customer Engagement</i> dan Keunggulan Bersaing..... | 33 |
| 2.3.3 <i>Brand Reputation</i> dan Keunggulan Bersaing | 35 |
| 2.3.4 <i>Brand Image</i> dan Kinerja UMKM | 36 |
| 2.3.5 <i>Customer Engagement</i> dan Kinerja UMKM | 37 |
| 2.3.6 <i>Brand Reputation</i> dan Kinerja UMKM | 38 |
| 2.3.7 Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM..... | 39 |
| 2.4 Model Penelitian..... | 40 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Objek Penelitian..... | 43 |
| 3.2 Subjek Penelitian..... | 43 |
| 3.3 Jenis Penelitian..... | 43 |
| 3.4 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional..... | 44 |
| 3.5 Populasi dan Sampel..... | 47 |
| 3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel..... | 47 |
| 3.5.2 Metode Penarikan Sampel..... | 48 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data..... | 48 |
| 3.7 Langkah-Langkah Persamaan Model | 49 |

| | |
|--|----|
| 3.7.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> | 49 |
| 3.7.2 Model Struktural atau <i>Inner Model</i> | 50 |
| 3.8 Hasil Pra-Survey | 51 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 53 |
| 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kuesioer | 54 |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel <i>Brand Image</i> | 54 |
| 4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel <i>Customer Engagement</i> | 56 |
| 4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel <i>Brand Reputation</i> | 60 |
| 4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Keunggulan Bersaing..... | 62 |
| 4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Kinerja UMKM..... | 63 |
| 4.3 Analisis Model Pengukuran..... | 67 |
| 4.3.1 Pengujian <i>Outer Model</i> | 67 |
| 4.3.2 Pengujian <i>Inner Model</i> | 71 |
| 4.4 Pembahasan Hipotesis..... | 79 |
| 4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keunggulan Bersaing | 79 |
| 4.4.2 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Keunggulan Bersaing | 81 |

| | |
|--|----|
| 4.4.3 Pengaruh <i>Brand Reputation</i> Terhadap Keunggulan Bersaing..... | 82 |
| 4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kinerja UMKM..... | 84 |
| 4.4.5 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Kinerja UMKM..... | 85 |
| 4.4.6 Pengaruh <i>Brand Reputation</i> terhadap Kinerja UMKM..... | 87 |
| 4.4.7 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja UMKM | 88 |

BAB V PENUTUPAN

| | |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 90 |
| 5.2 Kesimpulan..... | 91 |
| 5.3 Saran..... | 92 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia | 1 |
| Gambar 1.2 Laju Pertumbuhan Pengeluaran | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 41 |
| Gambar 4.1 Hasil <i>Bootstrapping</i> | 75 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Karakteristik Utama UMKM di Indonesia..... | 16 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 44 |
| Tabel 3.2 Skala Likert..... | 49 |
| Tabel 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Pra-Survey | 51 |
| Tabel 4.1 Profil Responden..... | 53 |
| Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan <i>Brand Image</i> | 55 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan <i>Customer Engagement</i> .. | 57 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan <i>Brand Reputation</i> | 60 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Keunggulan Bersaing ... | 62 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Kinerja UMKM | 64 |
| Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Model</i> Variabel <i>Brand Image</i> | 68 |
| Tabel 4.8 Nilai <i>Outer Model</i> Variabel <i>Customer Engagement</i> | 68 |
| Tabel 4.9 Nilai <i>Outer Model</i> Variabel <i>Brand Reputation</i> | 69 |
| Tabel 4.10 Nilai <i>Outer Model</i> Variabel Keunggulan Bersaing..... | 69 |
| Tabel 4.11 Nilai <i>Outer Model</i> Variabel Kinerja UMKM | 69 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> | 70 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> | 71 |
| Tabel 4.14 Nilai <i>R-Square</i> Masing-Masing Variabel | 72 |
| Tabel 4.15 <i>Path Coefficients</i> | 74 |