

## DAFTAR ISI

COVER

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4. Pembatasan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....</b>	<b>11</b>
<b>2.2. Technology Orientation.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3. Entrepreneur Orientation.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4. Orientasi pasar (responsive &amp; proactive).....</b>	<b>15</b>
<b>2.5. Inovasi (Radical dan Incremental).....</b>	<b>16</b>

<b>2.6. Firm perceived performance</b> .....	<b>18</b>
<b>2.7 Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>19</b>
2.7.1. Pengaruh <i>Market Orientation</i> terhadap <i>Innovation</i> .....	19
2.7.2 Pengaruh <i>Entrepreneur Orientation</i> terhadap <i>Innovation</i> .....	21
2.7.3. Pengaruh orientasi teknologi terhadap inovasi.....	22
2.7.4 Pengaruh <i>Market Orientation, Entrepreneur Orientation, and Technology Orientation</i> terhadap <i>Firm Perceived Performance</i> .....	23
2.7.5 Pengaruh <i>Innovation</i> terhadap <i>Firm Perceived Performance</i> .....	26
2.7.6. Pengaruh Mediasi dari inovasi terhadap <i>Market orientation</i> dan <i>Firm Perceived Performance</i> .....	27
2.7.7. Pengaruh Mediasi inovasi terhadap <i>Entrepreneur orientation</i> dan <i>firm Perceived performance</i> .....	29
2.7.8. Pengaruh Mediasi inovasi terhadap <i>technology orientation</i> dan <i>firm perceived performance</i> .....	30
<b>2.8. Model Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
<b>3.1. Objek Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>3.2. Unit Analisis</b> .....	<b>33</b>
<b>3.3. Jenis Penelitian</b> .....	<b>34</b>
<b>3.4. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional</b> .....	<b>35</b>
<b>3.5. Populasi dan Sampel</b> .....	<b>46</b>
<b>3.6. Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>47</b>
<b>3.7. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>48</b>
3.7.1. <i>Outer Model</i> .....	49
3.7.2. <i>Inner Model</i> .....	51
<b>BAB IV</b> .....	<b>53</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>53</b>
<b>4.1. Analisis Deskriptif Responden Penelitian</b> .....	<b>53</b>
<b>4.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian</b> .....	<b>58</b>
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Proactive Market Orientation</i> .....	58
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Responsive Market Orientation</i> .....	60
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Entrepreneur Orientation</i> .....	61
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Technology Orientation</i> .....	62
4.2.5. Analisis Deskriptif Variabel <i>Radical Innovation</i> .....	63
4.2.6. Analisis Deskriptif Variabel <i>Incremental Innovation</i> .....	64
4.2.7. Analisis Deskriptif Variabel <i>Firm Perceived Performance</i> .....	65

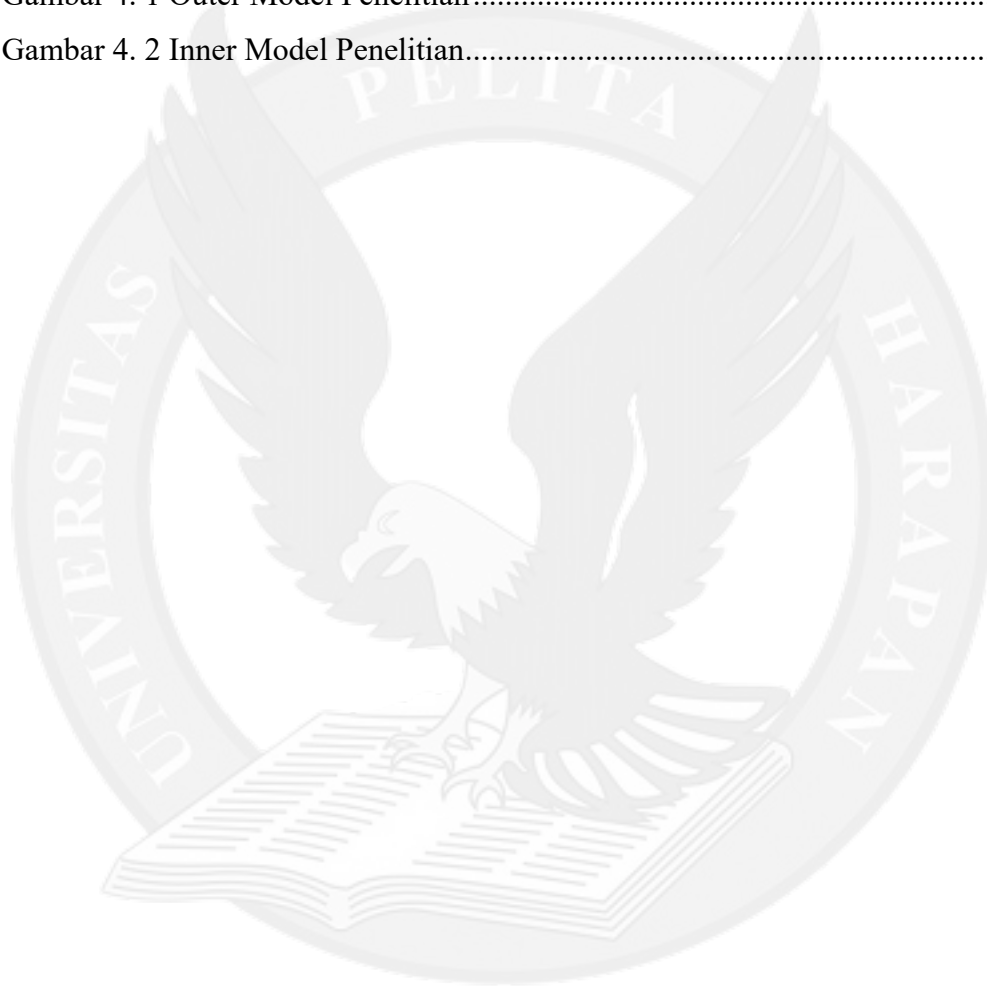
<b>4.3. Pengujian Outer Model</b> .....	<b>66</b>
4.3.1. Pengujian Validitas Data Responden - Uji Aktual (1) .....	67
4.3.2. Pengujian Validitas Data Responden - Uji Aktual (2) .....	70
4.3.3. Pengujian Reliabilitas Data Responden.....	74
4.3.4. Gambar Outer Model .....	75
<b>4.4. Pengujian Inner Model Data Responden</b> .....	<b>76</b>
4.4.1. Pengujian koefisien determinasi .....	77
4.4.2. Pengujian <i>Path Coefficient</i> .....	78
4.4.3. Pengujian Variabel Mediasi .....	84
4.4.3. Gambar Inner Model Penelitian.....	87
<b>4.5. Pembahasan</b> .....	<b>87</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>102</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>102</b>
5.1. Kesimpulan .....	102
5.2. Implikasi Teori .....	105
5.3. Implikasi Manajerial.....	108
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	110
5.5. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	35
Tabel 4. 1 Keuntungan Usaha Responden .....	53
Tabel 4. 2 Modal Usaha Responden .....	54
Tabel 4. 3 Sektor Industri UMKM .....	55
Tabel 4. 4 Lokasi UMKM .....	55
Tabel 4. 5 Usia Usaha Responden .....	56
Tabel 4. 6 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4. 7 Usia Responden .....	57
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Proactive Market Orientation .....	59
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Responsive Market Orientation .....	60
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Entrepreneur Orientation .....	62
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Technology Orientation.....	63
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel Radical Innovation.....	64
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Variabel Incremental Innovation.....	65
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Variabel Firm Perceived Performance .....	66
Tabel 4. 15 Pengujian Outer Loading Uji Aktual Satu.....	67
Tabel 4. 16 Pengujian AVE Uji Aktual Satu .....	69
Tabel 4. 17 Pengujian Fornell Larcker Criterion Uji Aktual Satu.....	70
Tabel 4. 18 Pengujian Outer Loading Uji Aktual dua .....	71
Tabel 4. 19 Pengujian AVE Uji Aktual Dua .....	72
Tabel 4. 20 Pengujian Fornell Larcker Criterion Uji Aktual Dua .....	73
Tabel 4. 21 Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability Uji Aktual Dua.....	74
Tabel 4. 22 Pengujian R Square.....	77
Tabel 4. 23 Pengujian Path Coefficient Uji Aktual Dua.....	79
Tabel 4. 24 Pengujian Path Coefficient Uji Aktual Dua (Uji Mediasi).....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2020.....	3
Gambar 1. 2 Industri yang paling terkena dampak pandemi .....	4
Gambar 2. 1 Framework Penelitian .....	32
Gambar 4. 1 Outer Model Penelitian.....	76
Gambar 4. 2 Inner Model Penelitian.....	87



## Daftar Lampiran

Lampiran A 1 Kuesioner.....	<a href="#">A - 1</a>
Lampiran B 1 .....	<a href="#">B - 1</a>
Lampiran C 1 .....	<a href="#">C - 1</a>

