

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Orientasi Pasar.....	9
1. Pengertian Orientasi Pasar	9
2. Dimensi Orientasi Pasar	10
3. Indikator Orientasi Pasar	11
4. Orientasi Pasar Dalam Islam	11
B. Kreativitas Organisasi	13
1. Pengertian Kreativitas Organisasi	13
2. Dimensi Kreativitas Organisasi	14
3. Indikator Kreativitas Organisasi	16
4. Kreativitas Organisasi Dalam Islam	16

C. Inovasi	17
1. Pengertian Inovasi	17
2. Dimensi Inovasi.....	19
3. Indikator Inovasi	19
4. Inovasi Dalam Islam.....	19
D. Kinerja Pemasaran	20
1. Pengertian Kinerja Pemasaran	20
2. Indikator Kinerja Pemasaran	21
3. Kinerja Pemasaran Dalam Islam	21
E. Penelitian Terdahulu.....	22
F. Kerangka Berfikir.....	25
G. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Sumber Data.....	27
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
D. Definisi Operasional	29
E. Teknik Pengumpulan data.....	32
F. Uji Instrumen.....	34
G. Uji Asumsi Klasik.....	34
H. Analisis Data.....	37
BAB IV :PEMBAHASAN DAN HASIL ANALISIS	
A. Gambaran Umum BMT MADE Demak.....	40
B. Gambaran Umum Responden.....	45
C. Deskripsi Angket.....	47
D. Analisis Hasil Uji Instrumen	52
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
F. Analisis Data.....	57
G. Pembahasan.....	62
BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan.....	68

B. Keterbatasan Penelitian	69
C. Saran-Saran.....	70
D. Penutup.....	70

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT PENDIDIKAN
LAMPIRAN-LAMPIRAN



<http://eprints.stainkudus.ac.id>

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Definisi Operasional.....	29
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2	: Status Perkawinan	46
Tabel 4.3	: Lama Bekerja	47
Tabel 4.4	: Frekuensi Variabel Orientasi Pasar	48
Tabel 4.5	: Frekuensi Variabel Kreativitas Organisasi.....	49
Tabel 4.6	: Frekuensi Variabel Inovasi	50
Tabel 4.7	: Frekuensi Variabel Kinerja Pemasaran	51
Tabel 4.8	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas Instrumen.....	53
Tabel 4.10	: Hasil Uji Multikolonieritas	54
Tabel 4.11	: Hasil Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.12	: Hasil Koefisien Determinan.....	58
Tabel 4.13	: Hasil Uji Parsial (Uji t)	59
Tabel 4.14	: Hasil Uji Simultan (Uji F).....	61
Tabel 4.15	: Hasil Koefisien Regresi.....	61
Tabel 4.16	: Hasil Koefisien Determinan.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir..... 26
Gambar 4.1 : *Normal Probability Plot*..... 56
Gambar 4.2 : Grafik *Scatterplot*..... 57

