DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
ABSTRAK
KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **iii**
DAFTAR TABEL ..... **v**
DAFTAR GAMBAR ..... **vi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 8
1.2.1 Identifikasi Masalah 8
1.2.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Teoritis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **12**
2.1 Kajian Pustaka 12
2.1.1 Teori Manajemen 12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen 12
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen 13
2.1.1.3 Fungsi Manajemen 14
2.1.1.4 Tujuan Manajemen 17
2.1.1.5 Karakteristik dan Nilai Manajemen 19
2.1.1.6 Bidang Manajemen 22
2.1.2 Manajemen Pemasaran 24
2.1.2.1 Definisi Pemasaran 24
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran 25
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran 26
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran 28
2.1.2.5 Konsep Pemasaran 28
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran 29
2.1.3 Inovasi Produk 32
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk 32
2.1.3.2 Aspek Dalam Inovasi Produk 33
2.1.3.3 Dimensi Inovasi Produk 34
2.1.3.4 Indikator Inovasi Produk 35
2.1.4 *Affiliate Marketing* 36
2.1.4.1 Pengertian *Affiliate Marketing* 36
2.1.4.2 Komponen *Affiliate Marketing* 37
2.1.4.3 Jenis Bisnis *Affiliate Marketing* 38
2.1.4.4 Indikator *Affiliate Marketing* 39
2.1.6 Daya Saing UMKM 40
2.1.6.1 Pengertian Daya Saing 40

2.1.6.2 Strategi Peningkatan Daya Saing 41
2.1.6.3 Faktor-Faktor yang Menghambat Daya Saing UMKM 43
2.1.6.4 Indikator Daya Saing UMKM 47
2.1.7 Penelitian Terdahulu yang Relevan 48
2.2 Kerangka Pemikiran 50
2.3 Hipotesis 56
BAB III METODE PENELITIAN 57
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 57
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel 58
3.2.1 Definisi Variabel 58
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 60
3.3 Populasi dan Sampel 61
3.3.1 Populasi 61
3.3.2 Sampel Penelitian 62
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 64
3.4.1 Sumber Data 64
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 64
3.5 Teknik Analisis Data 65
3.5.1 Analisis Deskriptif 66
3.5.2 Analisis Verifikatif 69
3.6 Tempat dan waktu Penelitian 79
3.6.1 Tempat Penelitian 79
3.6.2 Waktu Penelitian 79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 82
4.1 Hasil Penelitian 82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 82
4.1.1.1 Profil UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 82
4.1.1.2 Visi dan Misi UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 83
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan *Job* Deskripsi UMKM Cemilan Sartika 84
4.1.2 Karakteristik Responden 86
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti 89
4.1.3.1 Deskripsi Variabel Inovasi Produk pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 90
4.1.3.2 Deskripsi Variabel *Affiliate Marketing* pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 104
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya. 118
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis 131
4.1.4.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 131

4.1.4.2 Pengaruh *Affiliate Marketing* terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 137
4.1.4.3 Pengaruh Inovasi produk dan *Affiliate Marketing* terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 143
4.2 Pembahasan 151
4.2.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya .. 151
4.2.2 Pengaruh *Affiliate Marketing* terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya .. 153
4.2.3 Pengaruh Inovasi Produk dan *Affiliate Marketing* terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM Cemilan Sartika Tasikmalaya 156
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 160
5.1 Simpulan 160
5.2 Saran 161
DAFTAR PUSTAKA 163
LAMPIRAN