

Daftar Isi

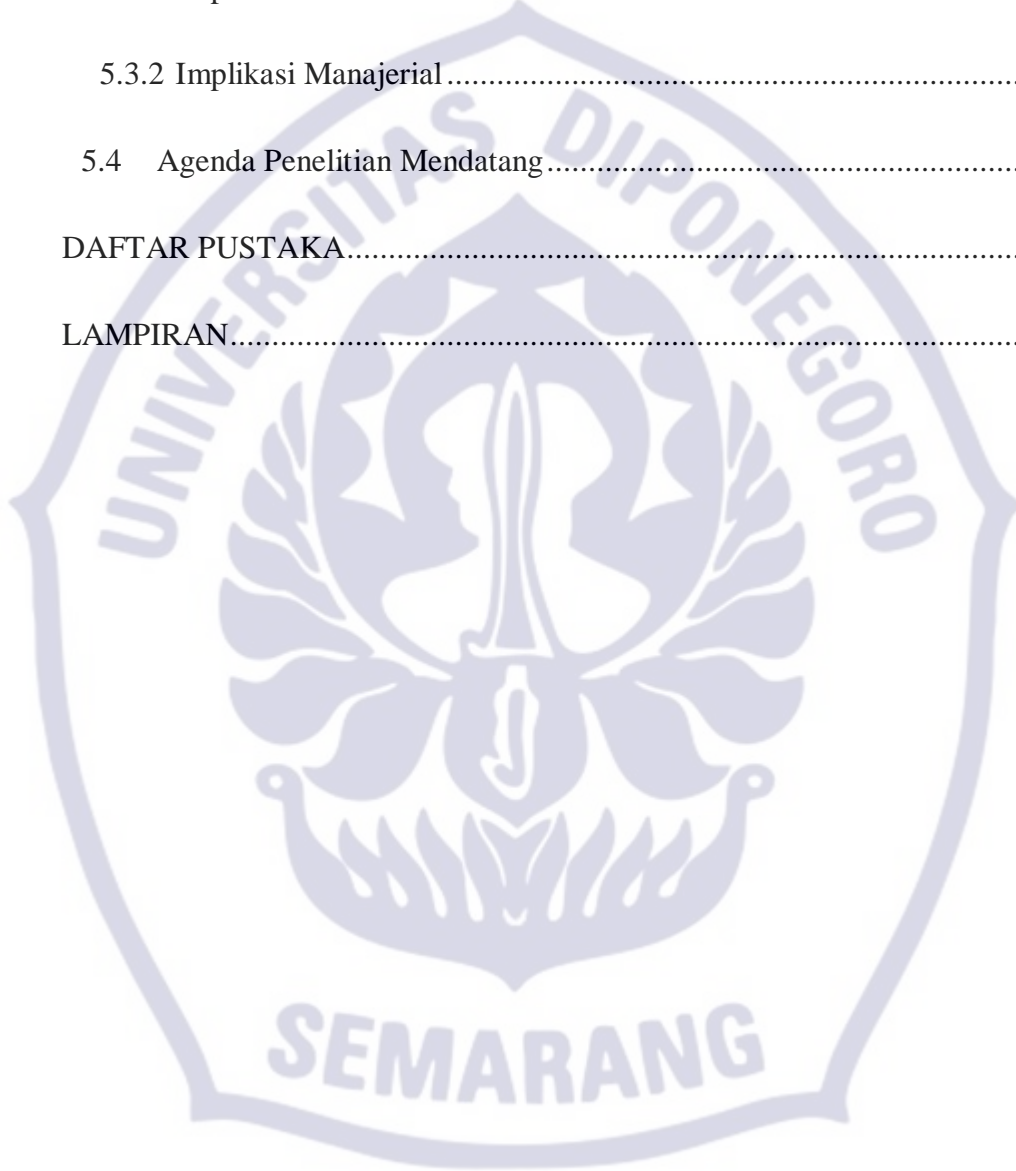
COVER.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian dan Pertanyaan Penelitian atau Hipotesis	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan	6
1.4 Kegunaan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	8
2.1 Konsep Dasar.....	8

2.1.1	Pengertian Orientasi Konsumen	8
2.1.2	Keunggulan Nilai Layanan	9
2.1.3	Pengertian Kemampuan Berinovasi	10
2.1.4	Daya Tarik Layanan Perusahaan	12
2.1.5	Pengertian Kinerja Pemasaran.....	13
2.2	Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	15
2.2.1	Pengaruh Orientasi Konsumen dengan Keunggulan Nilai Layanan ..	15
2.2.2	Pengaruh Keunggulan Nilai Layanan dengan Daya Tarik Layanan ..	16
2.2.3	Pengaruh Kemampuan Inovasi dengan Daya Tarik Layanan	17
2.2.4	Pengaruh Daya Tarik Layanan dengan Kinerja Pemasaran	18
2.2.5	Pengaruh Keunggulan Nilai Layanan dengan Kinerja Pemasaran	19
2.3	Penelitian Terdahulu	20
2.4	Pengembangan Model Penelitian	21
2.5	Dimensionalisasi Variabel.....	22
2.5.1	Orientasi Konsumen	22
2.5.2	Keunggulan Nilai Layanan	23
2.5.3	Daya Tarik Layanan	23
2.5.4	Kemampuan Inovasi	24
2.5.5	Kinerja Pemasaran.....	25
2.6	Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3 Uji Validitas dan Reabilitas Data.....	30
3.3.1 Uji Validitas.....	30
3.3.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.4 Teknik Analisis.....	32
BAB IV ANALISIS DATA.....	38
4.1 Data Deskriptif Responden.....	38
4.1.1 Responden Menurut Usia.....	38
4.1.2 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	39
4.1.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	39
4.2 Analisis Indeks Variabel.....	40
4.2.1 Indeks Variabel Orientasi Konsumen.....	41
4.2.2 Indeks Variabel Keunggulan Nilai Layanan.....	42
4.2.3 Indeks Variabel Daya Tarik Layanan.....	44
4.2.4 Indeks Variabel Kemampuan Inovasi.....	46
4.2.5 Indeks Variabel Kinerja Pemasaran.....	47

4.3	Pengujian Model Penelitian.....	49
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori	50
4.3.2	Uji Kelayakan Model.....	54
4.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.3.4	Uji Asumsi SEM.....	61
4.4	Hasil Analisis SEM.....	64
4.4.1	Hasil Analisis Pengaruh.....	64
4.4.2	Pengaruh Langsung dan Tak Langsung	66
4.4.3	R Square.....	68
4.5	Pengujian Hipotesis	69
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1	70
4.5.2	Pengujian Hipotesis 2	71
4.5.3	Pengujian Hipotesis 3	71
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4	72
4.5.5	Pengujian Hipotesis 5	73
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....		75
5.1	Ringkasan Penelitian.....	75
5.2	Kesimpulan Hipotesis	76
5.2.1	Kesimpulan Atas Hipotesis	76
5.2.2	Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	82

5.3	Implikasi.....	83
5.3.1	Implikasi Teoritis.....	83
5.3.2	Implikasi Manajerial.....	85
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	87
	DAFTAR PUSTAKA.....	88
	LAMPIRAN.....	92



FEB UNDIP