

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DISERTASI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
INTISARI	x
DAFTAR ISI	lvi
DAFTAR TABEL	lxii
DAFTAR GAMBAR	lxv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Pengantar	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	1
1.2.1. Kesenjangan Hasil Penelitian	5
1.2.1.1. Penelitian yang Mendukung Relasi Orientasi Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan	5
1.2.1.2. Penelitian yang Tidak Mendukung Relasi Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Tenaga Penjualan	9
1.2.2. Fenomena Bisnis	11
1.3. Perumusan Masalah	13
1.4. Pertanyaan, Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1.4.1. Pertanyaan Penelitian	15
1.4.2. Tujuan Penelitian	16
1.4.3. Manfaat Penelitian	17
1.5. Orisinalitas Penelitian	18
BAB II	20
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	20
2.1. Pengantar	20
2.2. Konsep Dasar Manajemen Penjualan dan Penjualan Personal	21

2.3.	Model Sintesis Dasar dan Pengembangan Proposisi	24
2.3.1.	Teori Keunggulan Sumber Daya Kompetitif (<i>Resource Advantage Theory of Competition</i>)	24
2.3.2.	Kapabilitas Dinamis (<i>Dynamic Capabilities</i>).....	27
2.3.3.	Kapabilitas Adaptif (<i>Adaptive Capabilities</i>)	28
2.3.4.	Pemasaran Layanan (<i>Service Marketing</i>).....	30
2.3.5.	Logika Dominasi Layanan (<i>Service Dominant Logic</i>).....	32
2.3.6.	Penjualan Solusi (<i>Solution Selling</i>).....	33
2.3.7.	Inovasi Layanan (<i>Service Innovation</i>)	35
2.3.8.	Penjualan Adaptif (<i>Adaptive Selling</i>).....	37
2.4.	Pengembangan Model Penelitian Berdasarkan Model Teoritik Dasar.....	40
2.5.	Pengembangan Model Empiris.....	41
2.5.1.	Orientasi Pelanggan	41
2.5.2.	Kapasitas Absorpsi	43
2.5.3.	Keunggulan Kecerdasan Kompetitif.....	45
2.5.4.	Kualitas Keterikatan.....	47
2.5.5.	Kinerja Tenaga Penjualan	49
2.6.	Perumusan Hipotesis Penelitian	51
2.6.1.	Keterkaitan Orientasi Pelanggan dengan Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	51
2.6.2.	Keterkaitan Kapasitas Absorpsi dengan Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	52
2.6.3.	Keterkaitan Kapasitas Absorpsi dengan Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	54
2.6.4.	Keterkaitan Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif dengan Kualitas Keterikatan.....	55
2.6.5.	Keterkaitan Keunggulan Kecerdasan Kompetitif dengan Kinerja Tenaga Penjualan.....	57
2.6.6.	Keterkaitan Kualitas Keterikatan dengan Kinerja Tenaga Penjualan	58
2.6.7.	Keterkaitan Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif dengan Kinerja Tenaga Penjualan	60
2.7.	Model Penelitian Empiris.....	62
2.8.	Dimensionalisasi Teoritis dari Konstruksi Penelitian.....	63
2.8.1.	Orientasi Pelanggan	64
2.8.2.	Kapasitas Absorpsi	65
2.8.3.	Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	66

2.8.4.	Keunggulan Kecerdasan Kompetitif.....	67
2.8.5.	Kualitas Keterikatan.....	68
2.8.6.	Kinerja Tenaga Penjualan	69
BAB III		70
METODE PENELITIAN		70
3.1.	Pengantar.....	70
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	71
3.2.1.	Jenis Data	71
3.2.2.	Sumber Data.....	71
3.3.	Populasi dan Sampel.....	72
3.3.1.	Populasi.....	72
3.3.2.	Sampel.....	72
3.4.	Metode Pengumpulan Data	74
3.4.1.	Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran.....	77
3.4.2.	Pengujian Koneksi Logis Antar Indikator Variabel.....	80
3.4.2.1.	Pengaruh Orientasi Pelanggan pada Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	80
3.4.2.2.	Pengaruh Kapasitas Absorpsi pada Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	81
3.4.2.3.	Pengaruh Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif pada Kualitas Keterikatan.....	81
3.4.2.4.	Pengaruh Kapasitas Absorpsi pada Keunggulan Kecerdasan Kompetitif..	82
3.4.2.5.	Pengaruh Keunggulan Kecerdasan Kompetitif pada Kinerja Tenaga Penjualan.....	83
3.4.2.6.	Pengaruh Kualitas Keterikatan pada Kinerja Tenaga Penjualan	83
3.4.2.7.	Pengaruh Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif pada Kinerja Tenaga Penjualan.....	84
3.5.	Teknik Analisis Data	85
3.6.	Pengujian Instrumen	85
3.6.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	85
3.6.2.	Evaluasi Asumsi Model Struktural	86
3.6.3.	Pengembangan Diagram Alur SEM.....	87
BAB IV		91
ANALISIS DATA.....		91
4.1.	Pengantar Analisis Data.....	91

4.2.	Proses <i>Data Screening</i>	92
4.2.1.	Deskripsi Nilai Indeks Konstruk.....	94
4.2.1.1.	Deskripsi Konstruk Orientasi Pelanggan.....	95
4.2.1.2.	Deskripsi Konstruk Kapasitas Absorpsi.....	96
4.2.1.3.	Deskripsi Konstruk Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif	97
4.2.1.4.	Deskripsi Konstruk Keunggulan Kecerdasan Kompetitif	98
4.2.1.5.	Deskripsi Konstruk Kualitas Keterikatan	99
4.2.1.6.	Deskripsi Konstruk Kinerja Tenaga Penjualan.....	100
4.2.2.	Uji Hubungan Logis antar Indikator Konstruk	102
4.2.2.1.	Uji Hubungan Logis antar Indikator Konstruk Orientasi Pelanggan dengan Konstruk Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	102
4.2.2.2.	Uji Hubungan Logis antara Indikator Kapasitas Absorpsi dan Indikator Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	105
4.2.2.3.	Uji Hubungan Logis antara Indikator Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif dan Indikator Kualitas Keterikatan	108
4.2.2.4.	Uji Hubungan Logis antara Indikator Kapasitas Absorpsi dan Indikator Keunggulan Kecerdasan Kompetitif	111
4.2.2.5.	Uji Hubungan Logis antara Indikator Keunggulan Kecerdasan Kompetitif dan Indikator Kinerja Tenaga Penjualan	113
4.2.2.6.	Uji Hubungan Logis antara Indikator Kualitas Keterikatan dan Indikator Kinerja Tenaga Penjualan.....	115
4.2.2.7.	Uji Hubungan Logis antara Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif dan Indikator Kinerja Tenaga Penjualan.....	118
4.3.	Karakteristik Responden dan Statistik Deskriptif.....	121
4.3.1.	Statistik Deskriptif Profil Responden	121
4.3.1.1.	Usia dan Jenis Kelamin	122
4.3.1.2.	Usia dan Pendidikan.....	123
4.3.1.3.	Jabatan dan Masa Kerja.....	124
4.4.	Analisis Statistik Inferensial.....	126
4.4.1.	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	127
4.4.1.1.	Pengujian Konfirmatori Konstruk Orientasi Pelanggan.....	127
4.4.1.2.	Pengujian Normalitas Konstruk Orientasi Pelanggan	128
4.4.1.3.	Pengujian Konfirmatori Konstruk Kapasitas Absorpsi	131
4.4.1.4.	Pengujian Normalitas Konstruk Kapasitas Absorpsi	132
4.4.1.5.	Pengujian Konfirmatori Konstruk Keunggulan Kecerdasan Kompetitif	135

4.4.1.6.	Pengujian Konfirmatori Konstruk Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	138
4.4.1.7.	Pengujian Konfirmatori Konstruk Kualitas Keterikatan	139
4.4.1.8.	Pengujian Konfirmatori Konstruk Kinerja Tenaga Penjualan	141
4.4.2.	Pengujian dan Pengembangan Model Penelitian	143
4.4.2.1.	Penilaian Asumsi-asumsi <i>Full Model</i>	144
4.4.2.2.	Pengujian Asumsi <i>Outlier Full Model</i>	145
4.4.2.3.	Pengujian Validitas Konstruk <i>Full Model</i>	146
4.4.2.4.	Hasil CFA <i>Full Model</i> (Revisi)	148
4.4.3.	Pengujian Asumsi Kecukupan Sampel	151
4.4.3.1.	Analisis <i>Square Multiple Correlation</i>	152
4.4.4.	Persamaan Struktural <i>Full Model</i>	154
4.4.5.	Persamaan Struktural <i>Full Model</i> (Revisi).....	157
4.4.6.	Pengujian Hipotesis Kausalitas.....	159
4.4.6.1.	Pengujian Hipotesis 1.....	159
4.4.6.2.	Pengujian Hipotesis 2.....	160
4.4.6.3.	Pengujian Hipotesis 3.....	160
4.4.6.4.	Pengujian Hipotesis 4.....	160
4.4.6.5.	Pengujian Hipotesis 5.....	161
4.4.6.6.	Pengujian Hipotesis 6.....	161
4.4.6.7.	Pengujian Hipotesis 7.....	161
4.5.	Pengujian Peran Mediasi Konstruk Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif... ..	163
4.5.1.	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	163
4.5.2.	Uji Mediasi dengan Melakukan Uji Perbedaan Model	163
4.5.3.	Pengujian Mediasi dengan Menggunakan Sobel Test.....	167
4.6.	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	168
BAB V		170
PEMBAHASAN DAN TEMUAN PENELITIAN		170
5.1.	Pengantar.....	170
5.2.	Pembahasan dan Kesimpulan Hipotesis Penelitian	171
5.2.1	Orientasi Pelanggan Berpengaruh Positif terhadap Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif	171
5.2.2	Kapasitas Absorpsi Berpengaruh Positif terhadap Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	172

5.2.3	Kapasitas Absorpsi Berpengaruh Positif terhadap Keunggulan Kecerdasan Kompetitif.....	174
5.2.4	Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif Berpengaruh Positif terhadap Kualitas Keterikatan.....	174
5.2.5	Keunggulan Kecerdasan Kompetitif tidak Berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.....	176
5.2.6	Kualitas Keterikatan Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.	177
5.2.7	Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.....	178
5.3	Temuan Empiris Mengenai Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif.....	179
5.4	Manfaat Kebaruan Konsep Kemampuan Mengadaptasi Solusi Inovatif (<i>Innovative Solution Adaptability</i>)	180
5.5	Kontribusi Orisinalitas (<i>Originality</i>) Disertasi	181
BAB VI		184
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN		184
6.1.	Pengantar.....	184
6.2.	Kesimpulan atas Masalah Penelitian	184
6.2.1.	Alternatif Strategi Pertama.....	185
6.2.2.	Alternatif Strategi Kedua	186
6.3.	Implikasi Penelitian	187
6.3.1.	Implikasi Teoritis.....	187
6.3.2.	Implikasi Manajerial	193
6.4	Keterbatasan Penelitian.....	195
6.5	Agenda Penelitian Lanjutan	196
LAMPIRAN		215