

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.2.1 Kesenjangan Penelitian.....	3
1.2.2 Problematisasi Penelitian.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	10
2.1 Landasan Teori: Pendekatan <i>Service-Dominant Logic</i>	10
2.2 Pengembangan Variabel dan Hipotesis Penelitian	15

2.2.1	<i>Adaptive Selling</i>	15
2.2.2	<i>Customer Orientation</i>	18
2.2.3	<i>Relationship Quality</i>	21
2.2.4	<i>Customer Retention</i>	24
2.2.5	<i>Sales Performance</i>	27
2.3	Model Penelitian Empirik	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Metode dan Pendekatan Penelitian	36
3.2	Desain Penelitian.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Prosedur Pengumpulan Data	40
3.5.1	Kuesioner	40
3.5.2	Studi Kepustakaan.....	40
3.6	Definisi Operasional Variabel	41
3.7	Prosedur Analisis Data	43
3.7.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	43
3.7.2	Pemilihan Matriks dan Estimasi Model	45
3.7.3	Menilai Masalah Identifikasi Struktural.....	45
3.7.4	Mengevaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	46
3.7.5	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	49

3.8	Kriteria Uji Hipotesis Penelitian	50
3.9	<i>Pre-test</i> Penelitian	50
BAB IV ANALISIS DATA.....		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data Deskriptif.....	54
4.2.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2.2	Penggolongan Responden Berdasarkan Identitas	55
4.2	Proses dan Hasil Analisis	57
4.2.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	57
4.2.2	Uji Struktural.....	72
4.3	Pengujian Hipotesis.....	76
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Implikasi Teoritis.....	89
5.3	Implikasi Manajerial	90
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	90
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN.....		97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		129

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	4
Tabel 2. 1 Premis Dasar SDL	12
Tabel 2. 2 Premis Dasar SDL pada <i>Adaptive Selling</i>	12
Tabel 2. 3 Premis Dasar SDL pada <i>Customer Orientation</i>	13
Tabel 2. 4 Premis Dasar SDL pada <i>Relationship Quality</i>	13
Tabel 2. 5 Premis Dasar SDL pada <i>Customer Retention</i>	14
Tabel 2. 6 Premis Dasar SDL pada <i>Sales Performance</i>	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Tiap Variabel	41
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	50
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	51
Tabel 3. 4 Hasil Uji Convergen Validity <i>Pre-test</i>	52
Tabel 3. 5 Hasil Uji Diskriminan <i>Pre-Test</i>	53
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengalaman	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Model Fit Konstruk Variabel Eksogen.....	58
Tabel 4. 5 Kriteria Normalitas Data dalam Variabel Eksogen	58
Tabel 4. 6 Uji <i>Outlier</i> Variabel Eksogen	59
Tabel 4. 7 <i>Regression Weights</i> Variabel Eksogen.....	60
Tabel 4. 8 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Model Fit Konstruk Variabel Eksogen “Evaluasi”	61

Tabel 4. 10	Kriteria Normalitas Data dalam Variabel Eksogen “Evaluasi”	62
Tabel 4. 11	Uji <i>Outlier</i> Variabel Eksogen “Evaluasi”	62
Tabel 4. 12	Hasil Uji CFA Variabel Eksogen	63
Tabel 4. 13	Hasil Uji Model Fit Konstruk Variabel Endogen	64
Tabel 4. 14	Kriteria Normalitas Data dalam Variabel Endogen	65
Tabel 4. 15	Uji <i>Outlier</i> Variabel Endogen	66
Tabel 4. 16	<i>Regression Weights</i> Variabel Endogen	67
Tabel 4. 17	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen	68
Tabel 4. 18	Hasil Uji Model Fit Konstruk Variabel Endogen “Evaluasi”	69
Tabel 4. 19	Kriteria Normalitas Data dalam Variabel Endogen “Evaluasi”	70
Tabel 4. 20	Uji <i>Outlier</i> Variabel Endogen “Evaluasi”	71
Tabel 4. 21	Hasil Uji CFA Variabel Endogen	71
Tabel 4. 22	Kriteria Normalitas Data dalam Full Model	72
Tabel 4. 23	Uji <i>Outlier</i> Full Model	73
Tabel 4. 24	Measurement Model	74
Tabel 4. 25	Hasil Uji Model Fit Full Model	75
Tabel 4. 26	Hasil Uji Hipotesis	76
Tabel 4. 27	Hasil Uji Hipotesis Mediasi	83
Tabel 5. 1	Implikasi Teoritis	89
Tabel 5. 2	Temuan Hipotesis yang Ditolak	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Persentase Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor.....	2
Gambar 2. 1	Elemen <i>Adaptive Selling</i>	17
Gambar 2. 2	Elemen <i>Customer Orientation</i>	19
Gambar 2. 3	Elemen <i>Relationship Quality</i>	23
Gambar 2. 4	Elemen <i>Customer Orientation</i>	25
Gambar 2. 5	Elemen <i>Sales Performance</i>	29
Gambar 2. 6	Model Penelitian Empirik	35
Gambar 3. 1	Desain Penelitian.....	37
Gambar 4. 1	Hasil Konstruk Variabel Eksogen	57
Gambar 4. 2	Hasil Konstruk Variabel Eksogen “Evaluasi”	61
Gambar 4. 3	Hasil Konstruk Variabel Endogen	64
Gambar 4. 4	Hasil Konstruk Variabel Endogen “Evaluasi”	69
Gambar 4. 5	Model Penelitian	75
Gambar 4. 6	Model Mediasi Penelitian	82