

DAFTAR ISI

PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI, KOMPETENSI SDM TERHADAP KINERJA UNIT PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN KOMPETITIF	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
Beberapa penghargaan yang dicapai Bank Jateng tahun 2018 :	5
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	16
1.4.2 Kegunaan Teoritis.....	16
BAB II.....	18
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Kompetensi SDM	18
2.1.2 Inovasi.....	19
2.1.3 Orientasi Pasar.....	21
2.1.4 Keunggulan Kompetitif	22
2.1.5 Kinerja.....	24
2.2 Pengembangan Hipotesis	26
2.2.1 Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Kompetitif	26

2.2.2	Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif	26
2.2.3	Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Kompetitif	27
2.2.4	Kompetensi SDM terhadap Kinerja Perusahaan	28
2.2.5	Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan	28
2.2.6	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan	29
2.2.7	Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan	30
2.3	Penelitian Terdahulu	31
	Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti dalam penelitian Tesis	32
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	32
	Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti dalam penelitian Tesis tahun 2018	32
2.5	Definisi Operasional Variabel	33
	Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti dalam penelitian Tesis	34
2.6	Indikator Variabel	34
2.6.1	Indikator Variabel Kompetensi SDM	34
2.6.2	Indikator Variabel Inovasi	35
	Sumber : (Tohidi & Jabbari, 2012)	36
2.6.3	Indikator Variabel Orientasi Pasar	36
2.6.4	Indikator Variabel Keunggulan Kompetitif	37
2.6.5	Indikator Variabel Kinerja Unit Pemasaran	38
BAB III		40
METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.1.1	Variabel Penelitian	40
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel	42
3.3	Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1	Data Primer	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Analisis Data	45
3.5.1	Validitas Konvergen	47
3.5.2	Validitas Diskriminan	47

3.5.3	Analisis Model Struktural	48
3.5.3.1	Menguji Model Fit	48
3.5.3.2	Hasil Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV		50
ANALISA DATA		50
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	50
4.2	Analisis Data	54
4.2.1	Menilai <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i>	54
4.2.2	Discriminant Validity	56
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	57
4.2.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
4.2.5	Pengujian Hipotesis	60
4.2.5.1	Pengujian Hipotesis 1 / H1 : Kompetensi SDM Berpengaruh Positif terhadap Keunggulan Kompetitif	62
4.2.5.2	Pengujian Hipotesis 2 / H2 : Inovasi Berpengaruh Positif terhadap Keunggulan Kompetitif.....	64
4.2.5.3	Pengujian Hipotesis 3 / H3 : Orientasi Pasar Berpengaruh Positif terhadap Keunggulan Kompetitif	65
4.2.5.4	Pengujian Hipotesis 4 / H4 : Kompetensi SDM Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Unit Pemasaran	66
4.2.5.5	Pengujian Hipotesis 5 / H5 : Inovasi Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Unit Pemasaran	67
4.2.5.6	Pengujian Hipotesis 6 / H6 : Orientasi Pasar Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Unit Pemasaran	68
4.2.5.7	Pengujian Hipotesis 7 / H7 : Keunggulan Kompetitif Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Unit Pemasaran	69
BAB V		73
PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan Hipotesis	73
5.1.1	Kesimpulan Hipotesis 1	73
5.1.2	Kesimpulan Hipotesis 2	74
5.1.3	Kesimpulan Hipotesis 3	75
5.1.4	Kesimpulan Hipotesis 4	76
5.1.5	Kesimpulan Hipotesis 5	78

5.1.6	Kesimpulan Hipotesis 6	79
5.1.7	Kesimpulan Hipotesis 7	80
5.2	Kesimpulan Penelitian	81
5.2.1	Memperbaiki Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Kompetitif	83
5.2.2	Memperbaiki Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif	84
5.2.3	Memperbaiki Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Kompetitif	85
5.2.4	Memperbaiki Kompetensi SDM terhadap Kinerja Unit Pemasaran	86
5.2.5	Memperbaiki Inovasi terhadap Kinerja Unit Pemasaran	88
5.2.6	Memperbaiki Orientasi Pasar terhadap Kinerja Unit Pemasaran	89
5.2.7	Memperbaiki Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Unit Pemasaran	90
5.3	Implikasi Teori	91
5.4	Implikasi Kebijakan	98
5.5	Keterbatasan	99
5.6	Agenda Penelitian Mendatang	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		108
Lampiran 1. Lembar Kuesioner		109
Lampiran 2. Hasil Analisis SmartSQL		120
Curriculum Vitae		125



Daftar Table

Tabel 1.1 Kinerja Cabang dan Capem Bank Jateng.....	7
Tabel 1.2 Produktivitas Kerja.....	9
Tabel 1.3 Produktivitas Kerja.....	11
Tabel 1.4 Research Gap.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Daftar Kuesioner.....	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Kantor Cabang.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.4 Responden Menurut Umur.....	52
Tabel 4.5 Tingkat Pendidikan Responden.....	53
Tabel 4.6 Tingkat Pendidikan Responden.....	53
Tabel 4.7 Outer Loading.....	55
Tabel 4.8 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading).....	56
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas(Composite Reliability).....	58
Tabel 4.10 Hasil Pengukuran R-square.....	60
Tabel 4.11 Hasil Pengukuran Path Coefficients.....	61
Tabel 4.12 Hasil Pengukuran T Statistics.....	62
Tabel 4.13 Hasil Pengukuran <i>Specific Indirect Effects</i>	70
Tabel 4.14 Hasil Perbandingan Pengaruh Langsung & Pengaruh Tidak Langsung.....	71

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
Gambar 2.2 Indikator Kompetensi SDM.....	34
Gambar 2.3 Indikator Inovasi.....	36
Gambar 2.4 Indikator Orientasi Pasar.....	37
Gambar 2.5 Indikator Keunggulan Kompetitif.....	38
Gambar 2.6 Indikator Kinerja Perusahaan.....	39
Gambar 4.1 Model Struktural.....	59
Gambar 5.1 Pengaruh Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Kompetitif.....	83
Gambar 5.2 Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif.....	84
Gambar 5.3 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Kompetitif.....	85
Gambar 5.4 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Unit Pemasaran.....	87
Gambar 5.5 Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Unit Pemasaran.....	88
Gambar 5.6 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Unit Pemasaran.....	89
Gambar 5.7 Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Unit P.....	90

