

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

