

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian Tesis (Sertifikasi)	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
1.3.1 Tujuan Penelitian	17
1.3.2 Manfaat Penelitian	17
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	19

2.1 Telaah Pustaka	19
2.1.1 Kualitas Hubungan Pelanggan	19
2.1.2 Keunggulan Bersaing	29
2.1.3 Kinerja Pemasaran	31
2.1.4 Keunggulan Produk	32
2.2 Hubungan Antar Variabel	34
2.2.1 Pengaruh Kualitas Hubungan Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing Produk.....	34
2.2.2 Pengaruh Kualitas Hubungan Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Produk.....	36
2.2.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing Produk terhadap Kinerja Pemasaran Produk.....	38
2.2.4 Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk	39
2.2.5 Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kinerja Pemasaran Produk.....	40
2.3 Penelitian Terdahulu	42
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	52
2.5 Indikator Variabel	53
2.5.1 Indikator Kualitas Hubungan Pelanggan	53
2.5.2 Indikator Keunggulan Bersaing Produk	54

2.5.3 Indikator Keunggulan Produk	55
2.5.4 Indikator Kinerja Pemasaran Produk	56
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Jenis dan Sumber Data	57
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	57
3.2.1 Kualitas Hubungan Pelanggan.....	57
3.2.2 Keunggulan Bersaing Produk.....	59
3.2.3 Keunggulan Produk.....	59
3.2.4 Kinerja Pemasaran Produk	61
3.3. Populasi dan Sampel	61
3.4 Metode Pengumpulan data	62
3.5 Teknik Analisis Data	63
BAB IV ANALISIS DATA	68
4.1. Gambaran Umum Responden	68
4.1.1 Responden Menurut Usia	68
4.1.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	69
4.1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	70
4.2 Angka Indeks	70
4.2.1 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Hubungan	

Pelanggan	71
4.2.2 Persepsi Responden Mengenai Keunggulan Bersaing	73
4.2.3 Persepsi Responden Mengenai Keunggulan Produk	74
4.2.4 Persepsi Responden Mengenai Kinerja Pemasaran	
Perusahaan	76
4.3 Proses dan Analisis Data	78
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori	
(<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	78
4.3.1.1 Uji Konfirmatori Konstruk Eksogen	78
4.3.1.2 Uji Konfirmatori Konstruk Endogen	81
4.3.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	83
4.3.3 Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural	84
4.3.3.1 Normalitas Data	85
4.3.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	86
4.3.3.3 Pengujian terhadap Nilai Residual	87
4.4 Pengujian Hipotesis	89
4.4.1 Pengujian Hipotesis 1	89
4.4.2 Pengujian Hipotesis 2	90
4.4.3 Pengujian Hipotesis 3	90
4.4.4 Pengujian Hipotesis 4	91
4.4.5 Pengujian Hipotesis 5	92

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	93
5.1 Ringkasan Penelitian	93
5.2 Kesimpulan atas Hipotesis	94
5.2.1 Pengaruh Kualitas Hubungan Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing Produk	94
5.2.2 Pengaruh Kualitas Hubungan Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Produk	95
5.2.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing Produk terhadap Kinerja Pemasaran Produk.....	96
5.2.4 Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk	97
5.2.5 Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kinerja Pemasaran Produk	97
5.3 Kesimpulan atas Masalah Penelitian	98
5.4 Implikasi Teoritis/Kontribusi Teoritis	100
5.5 Implikasi Manajerial	104
5.6 Keterbatasan Penelitian	108
5.7 Saran Untuk Penelitian Mendatang	109
DAFTAR PUSTAKA	110