

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Keaslian Tesis (Sertifikasi)	ii
Lembar Persetujuan	iii
Motto	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Problematikasi	3
1.2.1 Kesenjangan Penelitian	3
1.2.2 Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penulisan	9
1.4 Konteks Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	13
2.1 Landasan Teori Service-Dominant Logic (SDL)	15
2.2 Pengembangan Variabel dan Hipotesis Penelitian	17
2.2.1 Mutu layanan	17
2.2.2 Penetrasi Pasar	21

2.2.3	Kinerja Pemasaran.....	
2.2.4	Mutu Produk.....	30
2.2.5.	Inovasi Produk.....	35
2.3	Model Penelitian Empiris.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.2	Desain Penelitian.....	51
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.3.1	Populasi.....	54
3.3.2	Sampel.....	54
3.4	Prosedur Pengumpulan Data.....	55
3.5	Kuisoner.....	56
3.6	Instrumen Penelitian.....	57
3.7	Proses Analisis Data.....	61
3.7.1	Pengembangan Model Basis Teori.....	62
3.7.2	Pengembangan Diagram Jalur (Path Diagram).....	63
3.7.3	Pemilihan Jenis Input Matriks Dan Estimasi Model.....	63
3.7.4	Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural.....	64
3.7.5	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.....	65
3.7.6	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	67
3.8	Pemenuhan Etika Penelitian.....	69
.BAB IV ANALISIS.....		70
4.1.	Pengantar.....	71
4.2.	Pengumpulan Data.....	72
4.3.	Stastistik Deskriptif.....	72
4.3.1.	Statistik Deskriptif Profil Responden.....	73
4.3.2	Statistik Deskriptif Variabel.....	76

4.5. Uji Confirmatory Factor Analysis.....	91
4.5 Uji Full Structural Equating Model.....	111
4.5.1. Uji Hipotesis.....	120
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN.....	130
5.1 Pengantar.....	130
5.2 Ringkasan Penelitian.....	131
5.3 Kesimpulan Hipotesis.....	133
5.4 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	138
5.5 Implikasi Teoritis.....	145
5.6 Implikasi Manajerial.....	148
5.7 Keterbatasan Penelitian.....	151
5.8 Agenda Penelitian Mendatang.....	153
Daftar Pustaka.....	169
Lampiran.....	174



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu.....	4
Tabel 1.2. Pertumbuhan Bisnis Ekspedis.	12
Tabel 2.1. Dimensionalisasi Variable.....	43
Tabel 3. 1 Skala Semantic Defrensial.....	57
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	57
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2. Berdasarkan Rentang Usia.....	74
Tabel 4.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
Tabel 4.4 Kategori Rentang Nilai Indeks Berdasarkan Three-Box Method.....	77
Tabel 4.5 Indeks Penilaian Kinerja Pemasaran.....	78
Tabel 4.6. Indeks Penilaian Inovasi Produk.....	80
Tabel 4.7. Indeks Persepsi Inovasi Produk.....	81
Tabel 4.8 Indeks Penilaian Penetrasi Pasar.....	83
Tabel 4.9 Indeks Persepsi Penetrasi Pasar.....	84
Tabel 4.10 Indeks Penilaian Mutu Produk.....	86
Tabel 4.11 Indeks Persepsi Mutu Produk.....	87
Tabel 4.12 Indeks Penilaian Mutu Layanan.....	89
Tabel 4.13 Indeks Persepsi Mutu Layanan.....	90
Tabel 4.14 Perbandingan Model CFA Eksogen First Order dengan Second Order.....	93
Tabel 4.15 Uji Model Fit Variabel Eksogen Model First Order.....	94
Tabel 4.16 Normalitas Data Variabel Eksogen.....	95
Tabel 4.17 Loading Factor Variabel Eksogen.....	96

Tabel 4.18. Loading Factor Variabel Eksogen.....	99
Tabel 4.19. Uji Measuremet Model Validitas dan Reliabilitas Kontruk Eksogen.	100
Tabel 4.20. Perbandingan Model CFA Endogen First Order dengan Second Order.	103
Tabel 4.21. Uji Model Fit Variabel Endogen.....	103
Tabel 4.22. Normalitas Data Variabel Endogen.....	104
Tabel 4.22. Loading Factor Variabel Endogen.	106
Tabel 4.23. Loading Factor Variabel Eksogen.....	109
Tabel 4.24. Uji Measuremet Model Validitas dan Reliabilitas Kontruk Eksogen.	110
Tabel 4.25. Uji Normalitas Data-Full Structural Equating Model.....	112
Tabel 4.26. Univariate Outliers-Full Structural Equating Model.....	114
Tabel 4.27. Multivariate Outliers-Full Structural Equating Model.....	115
Tabel 4.28. Matriks Korelasi Antar Variabel Laten.....	116
Tabel 4.29. Uji Model Fit Full Structural Equating Model.....	118
Tabel 4.30. Hipotesis Pengaruh Langsung.....	120
Tabel 5.1 . Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	137
Tabel 5. 2 Implikasi Teoretis.....	146
Tabel 5. 3 Implikasi Manajerial.....	149
Tabel 5.4 Keterbatasan Penelitian.....	152
Tabel 5.5 Agenda Penelitian Mendatang.....	154

FEB UNDIP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Elemen Konsep Mutu Layanan.	19
Gambar 2.2 Elemen Konsep Penetrasi Pasar.	24
Gambar 2.3. Elemen Konsep Kinerja Pemasaran.....	28
Gambar 2. 4 Elemen Konsep Mutu Produk	33
Gambar 2. 5 Elemen Konsep Inovasi Produk	38
Gambar 2. 6 Model Penelitian.....	43
Gambar 3. 1 Outline Metode Penelitian.....	50
Gambar 3. 2 Proses Penelitian.....	51
Gambar 4.1. Alur Penulisan Analisis Data.....	71
Gambar 4.2 CFA Konstruk Eksogen First Order.....	92
Gambar 4.3 CFA Konstruk Eksogen Second Order.....	93
Gambar 4.4 CFA Konstruk Eksogen First Order Revisi.....	98
Gambar 4.5 CFA Konstruk Endogen First Order.....	102
Gambar 4.6 CFA Konstruk Endogen Second Order.....	102
Gambar 4.7. CFA Konstruk Endogen First Order.....	107
Gambar 4.8. Uji Full Structural Equating Model.....	119
Gambar 5.1 Alur Penulisan kesimpulan.....	130
Gambar 5.2 .Alur Strategi : Peningkatan Kinerja Pemasaran.	142