

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
<i>ABSTRAK</i> .....	vi
MOTTA DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2    Kegunaan Penelitian.....	10
1.4    Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pemasaran Strategik.....	12
2.1.2 Kompetensi Pengetahuan Pemasaran .....	13
2.1.3 Orientasi Kewirausahaan .....	15
2.1.4 Orientasi Pasar .....	17
2.1.5 Kapabilitas Pemasaran.....	19
2.1.6 Kinerja Pemasaran .....	20
2.2 Hububngan Antar Variabel .....	22

2.2.1 Hubungan Kompetensi Pengetahuan Pemasaran dengan Kabapilitas Pemasaran .....	22
2.2.2 Hubungan Orientasi Pasar dengan Kapabilitas Pemasaran .....	23
2.2.3 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kapabilitas Pemasaran ..	24
2.2.4 Hubungan Kompetensi Pengetahuan Pemasaran dengan Kinerja Pemasaran .....	25
2.2.5 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Pemasaran.....	26
2.2.6 Hubungan Kapabilitas Pemasaran dengan Kinerja pemasaran.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	28
2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
2.3.2 Hipotesis Penelitian .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	30
3.1.1 Variabel Penelitian.....	30
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Jenis data .....	35
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.5 Metode Analisis Data .....	37
BAB IV .....	46
HASIL PENELITIAN.....	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	46
4.2 Hasil Analisis .....	47
4.2.1 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori (CFA).....	47
4.2.2 Analisis Full Model SEM .....	52
4.2.3 Pengujian Hipotesis .....	60
BAB V PENUTUP.....	64

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Implikasi Teoritis .....	67
5.3 Implikasi Manajerial.....	69
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	72
5.5 Agenda Penelitian Mendatang.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	74