

DAFTAR ISI

Halaman

Judul.....	i
Persetujuan Skripsi.....	ii
Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iv
Abstraksi	v
Abstract	vi
Moto dan Persembahan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar isi.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Bab I : Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
Bab II : Tinjauan Pustaka	9
2.1 Kinerja Pemasaran	9
2.2 Keunggulan Bersaing.....	10
2.2.1. Konsep Keunggulan Bersaing.....	10
2.2.2. Langkah – Langkah Dalam Menganalisa Pesaing	12
2.3 Orientasi Pasar	14
2.4 <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.5 Penelitian Terdahulu	22
2.6 Kerangka Pemikiran.....	24
2.7 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	27
2.7.1 Hubungan Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing	27
2.7.2 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> Dengan Keunggulan Bersaing	28
2.7.3 Hubungan Keunggulan Bersaing Dengan Kinerja Pemasaran	29
2.7.4 Hubungan Orientasi Pasar dengan Kinerja Pemasaran	30
2.7.5 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> Dengan Kinerja Pemasaran	31

Bab III	: Metode Penelitian.....	33
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
3.1.1	Variabel Bebas(<i>Independen</i>).....	33
3.1.2	Variabel Mediasi (<i>Intervening</i>).....	34
3.1.3	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>).....	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5	Metode Analisis.....	39
3.5.1	Uji Instrumen.....	39
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.3	Teknik Analisis.....	42
3.5.4	<i>Godness Of Fit</i>	43
3.5.5	Pengujian Hipotesis (Uji – t).....	43
3.5.6	Koefisien Determinasi (R_{Square}).....	44
3.5.7	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung (Variabel Mediasi).....	45
Bab IV	: Hasil Dan Pembahasan.....	47
4.1	Gambaran Umum Responden.....	47
4.2	Analisis Data.....	53
4.2.1	Analisis Deskripsi Variabel.....	53
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.2.2.1	Uji Validitas.....	59
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.4	Analisis Regresi Berganda.....	70
4.2.5	<i>Goodness Of Fit</i>	72
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	74
4.2.7	Koefisien Determinasi.....	76
4.2.8	Analisis Intervening.....	78
4.3	Pembahasan.....	80
Bab V	: Penutup.....	92
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3	Saran.....	94
5.3.1	Saran Bagi Perusahaan.....	94
5.3.2	Saran Bagi Perusahaan Mendatang.....	96
Daftar Pustaka	97
Lampiran-lampiran	99