DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN ..... **iii**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 10
1.4 Sistematika Penulisan 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 13
2.1.1 Pemasaran 13
2.1.2 Jasa 15
2.1.2.1 Pengertian Jasa 15
2.1.2.2 Karakteristik Jasa 15
2.1.3 Orientasi pasar 16
2.1.3.1 Tujuan Orientasi Pasar 17
2.1.3.2 Komponen Orientasi Pasar 30
2.1.4 Strategi bersaing 22
2.1.4.1 Jenis jenis persaingan 24

2.1.4.2 Tujuan Pelaksanaan Strategi Bersaing 25
2.1.5 Kinerja Pelayanan 30
2.1.5.1 Pengertian Kinerja 30
2.1.5.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja 31
2.1.5.3 Pengertian Pelayanan 31
2.1.5.4 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pelayanan 33
2.1.6 Keunggulan Bersaing 37
2.1.6.1 Elemen Elemen Pembentuk Keunggulan Bersaing 39
2.1.7 Hubungan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pelayanan 42
2.1.7.1 Hubungan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Pelayanan 43
2.1.8 Hubungan Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing 44
2.1.8.1 Hubungan Kinerja Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing 46
2.1.8.2 Hubungan Strategi Bersaing Terhadap Keunggulan Bersaing 47
2.1.9 Penelitian Terdahulu 49
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis 52
2.3 Hipotesis 53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel 54
3.1.1 Variabel Penelitian 54
3.1.1.1 Variabel Independen 54
3.1.1.2 Variabel Dependen 54
3.1.1.3 Variabel Intervening 55
3.1.2 Definisi Operasional variabel 55

3.2 Populasi dan Sampel 57
3.2.1 Populasi 57
3.2.2 Sampel 58
3.3 Jenis dan Sumber Data 59
3.3.1 Data Primer 59
3.3.2 Data Sekunder 59
3.4 Metode Pengumpulan Data 59
3.4.1 Data Primer 59
3.4.2 Data Skunder 60
3.5 Analisis Indeks Jawaban 60
3.6 Metode Analisis Data 62
3.6.1 Alat Analisis Data 62
3.6.1.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas 62
3.6.2 Uji Asumsi Klasik 63
3.6.2.1 Uji Normalitas 63
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas 64
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas 65
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda 65
3.6.4 Uji Hipotesis (Uji Godness of Fit) 66
3.6.4.1 Uji t (Uji Parsial) 66
3.6.4.2 Uji F (Uji Simultan) 67
3.6.4.3 Koefisien Determinasi R^2 68
3.6.4.4 Uji Efek Mediasi (Intervening) 68

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden 70
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia 70
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan 71
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan 73
4.2 Analisis Indeks Jawaban 74

4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar (X1) 75
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Bersaing (X2) 76
4.2.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kinerja Pelayanan (Y1) 77
4.2.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing (Y2) 78
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas 79
4.3.1 Uji Validitas 79
4.3.2 Uji Reliabilitas 80
4.4 Uji Asumsi Klasik 81
4.4.1 Uji Normalitas 81
4.4.2 Uji Multikolinieritas 85
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 87
4.5 Analisis Regresi Linear 89
4.6 Uji Hipotesis 92
4.6.1 Pengujian Parsial (Uji t) 92
4.6.2 Pengujian Simultan (Uji F) 94
4.6.3 Koefisien determinasi R^2 95
4.6.4 Uji Efek Mediasi (*Intervening*) 97
4.7 Pembahasan 102

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 106
5.2 Saran 112
5.2.1 Implikasi Kebijakan 112
5.3 Keterbatasan Penelitian 115
5.4 Saran Untuk penelitian Yang Akan Datang 115

DAFTAR PUSTAKA 117
LAMPIRAN 121