

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	15
2.1 Konsep Dasar	15
2.1.1 <i>Marketing Orientation</i>	15
2.1.2 <i>Entrepreneurial Marketing</i>	16
2.1.3 <i>Innovation Speed</i>	19
2.1.4 <i>Service Value</i>	21
2.1.5 <i>Positional Advantage</i>	22
2.1.6 <i>Marketing Performance</i>	23
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	24
2.2.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> dengan <i>Innovation Speed</i>	24
2.2.2 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> dengan <i>Service Value</i>	26
2.2.3 Pengaruh <i>Innovation Speed</i> dengan <i>Positional Advantage</i>	27
2.2.4 Pengaruh <i>Service Value</i> dengan <i>Positional Advantage</i>	29
2.2.5 Pengaruh <i>Positional Advantage</i> dengan <i>Marketing Performance</i>	31
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Pikir Teoritis.....	34
2.5 Dimensional Variabel	35
2.5.1 Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i>	35
2.5.2 Variabel <i>Innovation Speed</i>	36

2.5.3	Variabel <i>Service Value</i>	37
2.5.4	Variabel <i>Positional Advantage</i>	38
2.5.5	Variabel <i>Marketing Performance</i>	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Objek Penelitian.....	42
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	populasi	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	44
3.5.1	Uji Validitas	44
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	45
3.6	Teknik Analisis	45
BAB IV ANALISIS DATA		53
4.1	Data Deskriptif Responden	53
4.1.1	Responden Menurut Lama Uasha	53
4.1.2	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
4.1.3	Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	54
4.2	Analisis Indeks Variabel	55

4.2.1	Indeks Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i>	56
4.2.2	Indeks Variabel <i>Innovation Speed</i>	58
4.2.3	Indeks Variabel <i>Service Value</i>	59
4.2.4	Indeks Variabel <i>Positional Advantage</i>	61
4.2.5	Indeks Variabel <i>Marketing Performance</i>	63
4.3	Pengujian Model Penelitian	64
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori	66
4.3.2	Uji Kelayakan Model	70
4.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.3.3.1	<i>Convergent Validity</i>	72
4.3.3.2	<i>Variance Extract</i>	75
4.3.3.3	<i>Construct Reliability</i>	76
4.3.4	Uji Asumsi SEM	77
4.4	Hasil Analisis SEM.....	81
4.4.1	Hasil Analisis Pengaruh	81
4.4.2	Pengaruh Langsung dan Tak Langsung	83
4.4.3	R Square	85
4.5	Pengujian Hipotesis	87
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1	87
4.5.2	Pengujian Hipotesis 2	88

4.5.3	Pengujian Hipotesis 3.....	89
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4.....	89
4.5.5	Pengujian Hipotesis 5.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI		92
5.1	Ringkasan Penelitian.....	92
5.2	Kesimpulan Hipotesis	93
5.2.1	Kesimpulan Atas Hipotesis	93
5.2.1.1	Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Innovation Speed</i> ..	93
5.2.1.2	Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Service Value</i>	94
5.2.1.3	Pengaruh <i>Innovation Speed</i> terhadap <i>Positional Advantage</i>	96
5.2.1.4	Pengaruh <i>Service Value</i> terhadap <i>Positional Advantage</i>	97
5.2.1.5	Pengaruh <i>Positional Advantage</i> terhadap <i>Marketing Performance</i> ..	98
5.2.2	Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	99
5.3	Implikasi	100
5.3.1	Implikasi Teoritis	100
5.3.2	Implikasi Manajerial	101
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	104
Daftar Referensi		106
LAMPIRAN.....		114