

DAFTAR ISI

ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR TABEL	15
BAB 1 PENDAHULUAN	16
<i>1.1 Latar Belakang.....</i>	<i>16</i>
<i>1.2 Rumusan Masalah</i>	<i>21</i>
<i>1.3 Tujuan Penelitian.....</i>	<i>22</i>
<i>1.4 Manfaat Penelitian.....</i>	<i>23</i>
1.4.1 Manfaat Teoritis	23
1.4.2 Manfaat Praktis	23
<i>1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....</i>	<i>24</i>
<i>1.6 Kerangka Sistematis Penelitian.....</i>	<i>24</i>
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	26
<i>2.1 Variabel Penelitian.....</i>	<i>26</i>
2.1.1 <i>Brand Equity.....</i>	<i>26</i>
2.1.2 <i>Marketing Innovation</i>	<i>28</i>
2.1.3 <i>Sustainable Competitive Advantage</i>	<i>30</i>
2.1.4 <i>Market Performance.....</i>	<i>32</i>
<i>2.2 Hubungan antar Variabel.....</i>	<i>33</i>
2.2.1 Hubungan brand equity dan sustainable competitive advantage.....	33

2.2.2 Hubungan marketing innovation dan sustainable competitive advantage	34
2.2.3 Hubungan brand equity dan market performance	35
2.2.4 Hubungan marketing innovation dan market performance	35
2.2.5 Hubungan sustainable competitive advantage dan market performance.....	35
2.2.6 Hubungan <i>sustainable competitive advantage</i> sebagai mediator antara <i>sustainable marketing assets</i> dan <i>market performance</i>	36
2.3 Model Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Desain Penelitian	41
3.4 Strategi Penelitian.....	41
3.5 Waktu Penelitian.....	42
3.6 Objek Penelitian	43
3.7 Subjek Penelitian	43
3.8 Populasi & Sampel.....	44
3.9 Desain Sampel.....	45
3.10 Ukuran sampel.....	45
3.11 Unit Analisis.....	46
3.12 Pengukuran Variabel.....	46
3.13 Definisi Konseptual & Definisi Operasional	47
3.14 Metode Pengumpulan Data	51
3.15 Instrumen Penelitian	52
3.16 Pengembangan Kuesioner.....	53
3.17 Pengukuran Skala.....	55

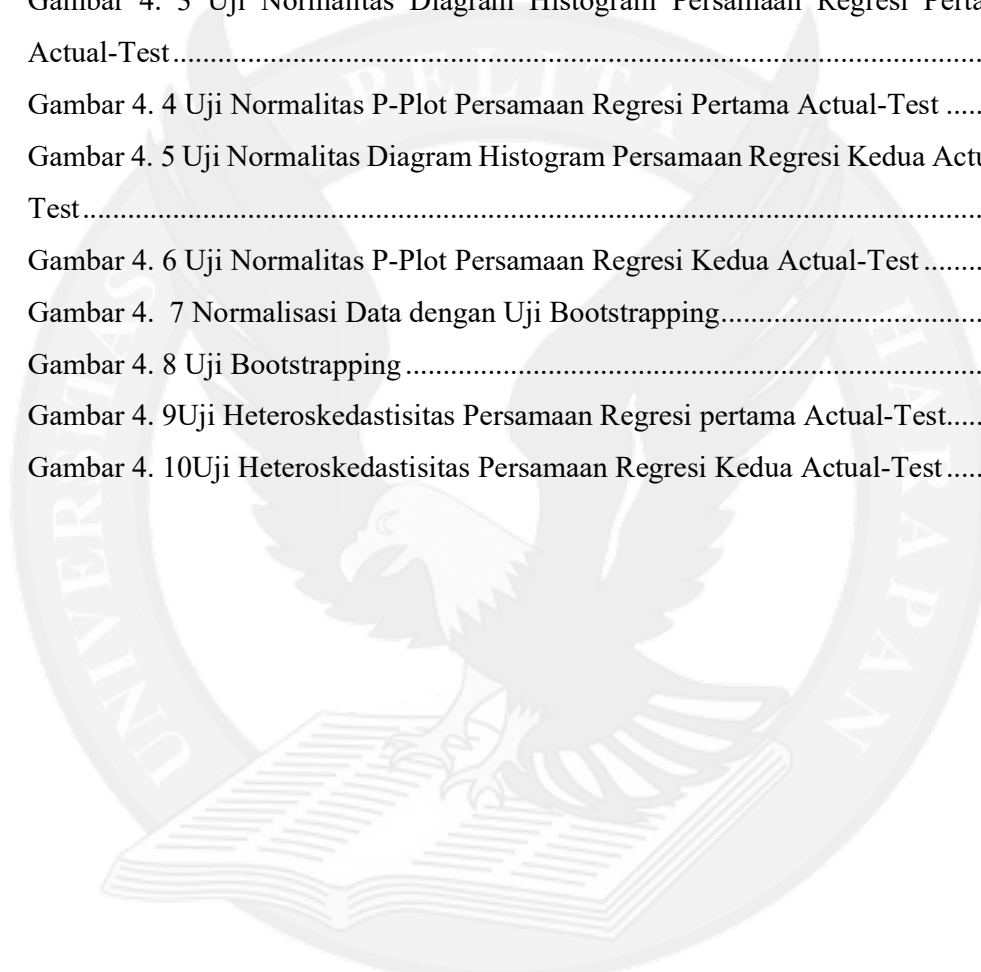
3.18 Etika Pengumpulan Data	56
3.19 Metode Analisis Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Responden	78
4.2 Hasil Uji Aktual	79
4.2.1 Uji Statistik Deskriptif.....	80
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	89
4.2.4 Model Fit	99
4.2.5 Uji Hipotesis	100
4.3 Pembahasan 103	
4.3.1 Hubungan Brand Equity dengan Sustainable Competitive Advantage	103
4.3.2 Hubungan Marketing Innovation dengan Sustainable Competitive Advantage	104
4.3.3 Hubungan Brand Equity Dengan Market Performance.....	105
4.3.4 Hubungan Marketing Innovation dengan Market Performance	106
4.3.5 Hubungan Sustainable Competitive Advantage dengan Market Performance .	106
4.3.6 Hubungan Sustainable Competitive Advantage sebagai mediator Sustainable Marketing Assets (Brand Equity, Marketing Innovation) Terhadap Market Performance	107
BAB V KESIMPULAN	109
5.1 Kesimpulan	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
5.2 Implikasi Manajerial	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian berikutnya .	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	127

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	127
Lampiran 2: Jawaban Responden	131
Lampiran 3: Output SPSS.....	140
Lampiran 4: Output AMOS.....	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Model Struktural CFA Actual-Test.....	83
Gambar 4. 2 Model Struktural CFA Actual-Test (Setelah indikator Tidak Valid dikeluarkan).....	86
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Diagram Histogram Persamaan Regresi Pertama Actual-Test.....	90
Gambar 4. 4 Uji Normalitas P-Plot Persamaan Regresi Pertama Actual-Test	91
Gambar 4. 5 Uji Normalitas Diagram Histogram Persamaan Regresi Kedua Actual-Test.....	92
Gambar 4. 6 Uji Normalitas P-Plot Persamaan Regresi Kedua Actual-Test	92
Gambar 4. 7 Normalisasi Data dengan Uji Bootstrapping.....	94
Gambar 4. 8 Uji Bootstrapping	94
Gambar 4. 9 Uji Heteroskedastisitas Persamaan Regresi pertama Actual-Test.....	98
Gambar 4. 10 Uji Heteroskedastisitas Persamaan Regresi Kedua Actual-Test	98



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual & Definisi Operasional Variabel Penelitian	48
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	56
Tabel 3. 3 Hubungan Tipe Skala Pengukuran dengan Metode Analisis dan Visual Summary	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 3 Uji Statistik Deskriptif	80
Tabel 4. 4 Uji Validitas Konvergen CFA Actual-Test.....	83
Tabel 4. 5 Uji Validitas Konvergen CFA Actual-Test Kedua	84
Tabel 4. 6 Uji Validitas Konvergen CFA Actual-Test Ketiga	86
Tabel 4. 7 Uji Validitas Konvergen AVE Actual-Test	87
Tabel 4. 8 Uji Validitas Diskriminan Actual-Test	88
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Actual-Test	89
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	93
Tabel 4. 11 Uji Normalitas AMOS	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas Actual-Test	95
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas Persamaan Regresi Kedua Actual-Test	95
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas AMOS	96
Tabel 4. 16 Uji Heterokedastisitas	98
Tabel 4. 17 Uji Goodness of Fit Actual-Test.....	99
Tabel 4. 18 Hubungan Antar Variabel	100
Tabel 4. 19 Uji Mediasi.....	102
Tabel 4. 20 Ringkasan Hipotesis.....	102