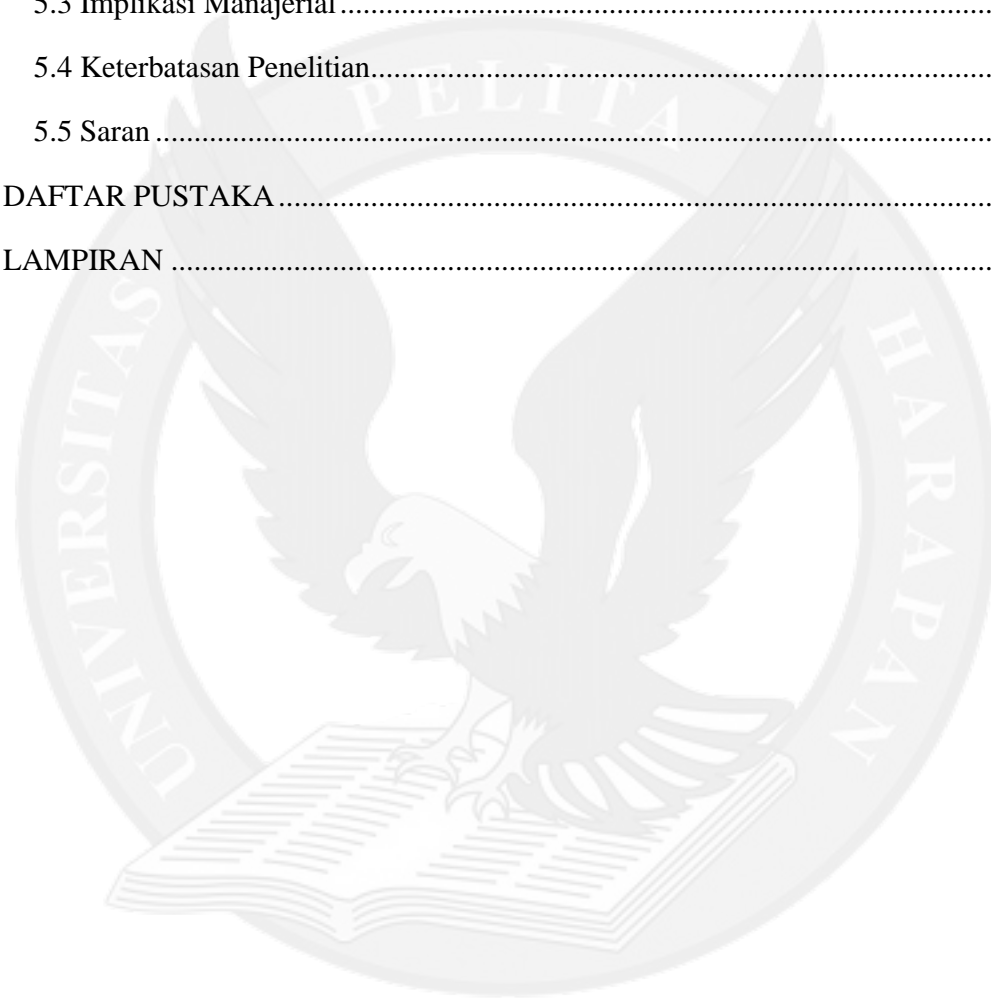


## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan penelitian .....	8
1.5 Manfaat penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat praktis .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Tinjauan Teori .....	11
2.1.1 Kinerja pemasaran .....	11
2.1.2 <i>Market orientation</i> .....	14
2.1.3 <i>Creativity</i> .....	17
2.1.4 <i>Product innovation</i> .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	34
2.3.1 <i>Market orientation</i> atas Kinerja pemasaran.....	34

2.3.2 <i>Product creativity</i> atas Kinerja pemasaran .....	35
2.3.3 <i>Product innovation</i> atas Kinerja pemasaran .....	36
2.3.4 <i>Market orientation, Product creativity, dan Product innovation</i> atas Performa Usaha .....	38
2.3.5 Kerangka Pemikiran .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
3.1 Obyek penelitian .....	40
3.2 Unit analisis .....	40
3.3 Tipe Penelitian .....	41
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	41
3.5 Populasi dan Sampel .....	48
3.6 Teknik <i>Sampling</i> .....	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.8 Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>55</b>
4.1 Profil Responden .....	55
4.2 Analisis SEM-PLS ( <i>Pretest</i> ) .....	57
4.2.1 Uji Validitas .....	57
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	59
4.3 Analisis SEM-PLS ( <i>Actual Test</i> ) .....	59
4.3.1 Kriteria Pengujian Inner Model ( <i>Actual Test</i> ) .....	59
4.3.2 Kriteria Pengujian Inner Model .....	65
4.3.3 Uji Hipotesis .....	68
4.4 Pembahasan .....	70
4.4.1 Pengaruh <i>Market orientation</i> atas Kinerja pemasaran .....	70
4.4.2 Pengaruh <i>Product creativity</i> atas Kinerja pemasaran .....	71
4.4.3 Pengaruh <i>Product innovation</i> atas Kinerja pemasaran .....	72

4.4.4 Pengaruh <i>Market orientation</i> , <i>Product creativity</i> , dan <i>Product innovation</i> atas Kinerja Pemasaran.....	73
BAB V PENUTUP .....	75
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Implikasi Teoritis.....	76
5.3 Implikasi Manajerial.....	78
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.5 Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN .....	A-1



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4. 1 Model Pengujian SEM-PLS (sesudah eliminasi indikator) .....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas (pretest) .....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas (pretest) .....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen berdasarkan Nilai Outer loadings.....	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen berdasarkan Nilai AVE .....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Discriminant Validity.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4. 11 Nilai R Square .....	66
Tabel 4. 12 Model Fit Summary.....	67
Tabel 4. 13 Nilai F Square .....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Boothstrap .....	68