

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPEL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Gambaran Umum.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Latar Belakang.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.5 Maksud dan Tujuan.....</b>	<b>12</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>13</b>
1.6.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	13
<b>1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>14</b>
1.7.1 Variabel Penelitian.....	14
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	14
1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
<b>1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>16</b>

2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2 Orientasi Pasar .....	16
2.1.2.1 Orientasi Pelanggan .....	17
2.1.2.1.1 Definisi Orientasi Pelanggan .....	17
2.1.2.2.2 Dimensi Orientasi Pelanggan.....	19
2.1.2.2 Orientasi Pesaing .....	20
2.1.2.2.1 Definisi Orientasi Pesaing .....	20
2.1.2.2.2 Dimensi Orientasi Pesaing.....	22
2.1.2.3 Koordinasi Antarfungsi .....	23
2.1.2.3.1 Definisi Koordinasi Antarfungsi.....	23
2.1.2.3.2 Dimensi Koordinasi Antarfungsi .....	25
2.1.3 Inovasi Produk .....	26
2.1.3.1 Definisi Inovasi Produk .....	26
2.1.3.2 Dimensi Inovasi Produk .....	29
2.1.4 Kinerja Pemasaran .....	31
2.1.4.1 Definisi Kinerja Pemasaran .....	31
2.1.4.2 Dimensi Kinerja Pemasaran.....	33
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>2.4 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>63</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>64</b>
<b>3.1 Karakteristik Penelitian .....</b>	<b>64</b>
<b>3.2 Variabel Penelitian .....</b>	<b>66</b>
3.2.1 Jenis Variabel.....	67
3.2.1.1 Variabel Eksogen.....	67
3.2.1.2 Variabel Endogen .....	69
3.2.1.3 Variabel Laten .....	70
3.2.2 Skala Penelitian .....	74
<b>3.3 Tahapan Penelitian .....</b>	<b>75</b>
<b>3.4 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>77</b>
3.4.1 Populasi.....	77

3.4.2 Sampel .....	77
<b>3.5 Pengumpulan data dan sumber data .....</b>	<b>79</b>
3.5.1 Data Primer .....	79
3.5.2 Data Sekunder .....	80
<b>3.6 Uji Validitas dan Reabilitas .....</b>	<b>80</b>
3.6.1 Uji Validitas .....	80
3.6.2 Uji Reabilitas .....	81
<b>3.7 Kecocokan Model (Goodness of Fit Indices) .....</b>	<b>82</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>88</b>
3.8.1 Structural Equation Modeling (SEM) .....	88
3.8.2 Pemenuhan asumsi-asumsi yang diperlukan dalam SEM .....	91
<b>3.9 Pemodelan Persamaan Struktural .....</b>	<b>92</b>
<b>3.10 Asumsi yang Diperlukan dalam Lisrel .....</b>	<b>96</b>
<b>3.11 Uji Hipotesis .....</b>	<b>97</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>98</b>
<b>4.1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>98</b>
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi .....	98
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	99
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	101
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kuliner .....	102
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan .....	104
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	105
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>107</b>
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	107
<b>4.3 Uji Kecocokan Model .....</b>	<b>111</b>
<b>4.4 Uji Hipotesis .....</b>	<b>115</b>
<b>4.5 Efek Dekomposisi .....</b>	<b>119</b>
<b>4.6 Hasil Penelitian .....</b>	<b>120</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>125</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>125</b>

<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	<b>126</b>
5.2.1	Aspek Praktis .....	126
5.2.3	Aspek Teoritis.....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>129</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>140</b>
<b>LAMPIRAN 1</b>	<b>Kuesioner</b> .....	<b>140</b>
<b>LAMPIRAN 2</b>	<b>Karakteristik Responden</b> .....	<b>141</b>
<b>LAMPIRAN 3</b>	<b>Data Responden</b> .....	<b>144</b>
<b>LAMPIRAN 4</b>	<b>Hasil Pengambilan Data</b> .....	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN 5</b>	<b>Data Simplis</b> .....	<b>150</b>
<b>LAMPIRAN 6</b>	<b>Loading Factor (Model CFA)</b> .....	<b>152</b>
<b>LAMPIRAN 7</b>	<b>Nilai-T indikator (Model CFA)</b> .....	<b>153</b>
<b>LAMPIRAN 8</b>	<b>Koefisien Regresi</b> .....	<b>154</b>
<b>LAMPIRAN 9</b>	<b>Nilai-T Antar Variabel</b> .....	<b>155</b>
<b>LAMPIRAN 10</b>	<b>Pengaruh Tidak Langsung</b> .....	<b>156</b>
<b>LAMPIRAN 11</b>	<b>Pengaruh Total</b> .....	<b>156</b>
<b>LAMPIRAN 12</b>	<b>Goodness Of Fit Model Struktural</b> .....	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN 13</b>	<b>Matriks Korelasi</b> .....	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN 14</b>	<b>Persamaan Struktural</b> .....	<b>159</b>

