

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman pengesahan	ii
Halaman motto dan persembahan	iii
Halaman pernyataan orisinalitas	iv
Kata Pengantar	v
Abstraksi	vi
Daftar Isi	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Shilaturahmi	8
2.2. Market Orientation	12
2.3. Islamic Competitive Advantage	13
2.4. Marketing Performance	16
2.5. Pengembangan Hipotesis	
2.5.1. Pengaruh Shilaturahmi terhadap Islamic Competitive Advantage	18
2.5.2. Pengaruh Market Orientation terhadap Islamic Competitive Advantage	20
2.5.3. Pengaruh Shilaturahmi Terhadap Marketing	

Performance	22
2.5.4. Pengaruh Market Orientation terhadap Marketing Performance	24
2.5.5. Pengaruh Islamic Competitive Advantage terhadap Marketing Performance	25
2.6. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.3. Sumber Data	28
3.4. Metode Pengumpulan Data	28
3.5. Variabel dan Indikator	29
3.6. Teknik Analisis	29
3.7. Uji Validitas	31
3.8. Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i>	31
3.9. Uji Adjusted R Square	32
3.10. Uji T	33
3.11. Path Analysis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
4.1. Deskripsi Responden	34
4.2. Deskripsi Objek Penelitian	35
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2.1. Shilaturahmi	38
4.2.2. Market Orientation	40
4.2.3. Islamic Competitive Advantage	42

4.2.4. Marketing Performance	43
4.3. Analisa Data	
1. Evaluasi Measurement (Outer) Model	46
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	54
4.4. Pembahasan	
4.4.1. Pengaruh antara Silaturahmi terhadap Islamic Competitive Advantage	55
4.4.2. Pengaruh antara Market Orientation terhadap Islamic Competitive Advantage	57
4.4.3. Pengaruh antara Silaturahmi terhadap Marketing Performance	61
4.4.4. Pengaruh antara Market Orientation terhadap Marketing Performance	63
4.4.5. Pengaruh antara Islamic Competitive Advantage terhadap Marketing Performance	63
 BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Implikasi Manajerial	67
5.3. Agenda Penelitian	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN