

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Keunggulan bersaing	8
2.2 Kreativitas program pemasaran	11
2.3 Orientasi pasar	13
2.4 Inovasi.....	15

2.5	Kinerja pemasaran.....	17
2.6	Hubungan Antar Variabel	19
2.6.1	Pengaruh kreativitas program pemasaran terhadap kinerja pemasaran	19
2.6.2	Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran	20
2.6.3	Pengaruh inovasi terhadap kinerja pemasaran	21
2.6.4	Pengaruh kreativitas program pemasaran terhadap kinerja pemasaran	21
2.6.5	Pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing	22
2.6.6	Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing	23
2.6.7	Pengaruh kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing	24
2.7	Kerangka pemikiran teoritis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.3	Jenis dan sumber data	28
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5	Definisi Operasional Variabel dan pengukuran variabel	30
3.6	Metode Analisis Data	31
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	31
3.6.2	Uji instrumen	31
3.6.3	Uji asumsi klasik.....	32
3.6.4	Path analisis atau analisis jalur.....	34

3.6.5	Uji sobel test	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
4.1.1	Karakteristik Responden.....	37
4.1.2	Uji Instrumen	39
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel	41
4.2	Uji asumsi klasik.....	52
4.3	Regresi berganda.....	54
4.3.1	Persamaan regresi model 1	55
4.3.2	Persamaan regresi model 2	51
4.4	Uji sobel test	62
4.5	Pembahasan.....	67
4.5.1	Pengaruh kreativitas program pemasaran terhadap keunggulan bersaing dengan kinerja pemasaran sebagai variabel intervening	67
4.5.2	Pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dengan kinerja pemasaran sebagai variabel intervening	68
4.5.3	Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan kinerja pemasaran sebagai variabel intervening	70

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	74
5.3 Keterbatasan penelitian	75
5.4 Agenda penelitian mendatang.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1.1	Top of mind advertising (TOM Ad) Produk Shampo 3
1.2	Penjualan produk shampo Lifebuoy (dalam miliar)..... 4
3.1	Definisi operasional variabel 30
4.1	Karakteristik responden 37
4.2	Uji validitas indikator variabel penelitian..... 39
4.3	Uji reliabilitas..... 40
4.4	Tanggapan responden mengenai kreativitas program pemasaran..... 42
4.5	Tanggapan responden mengenai orientasi pasar..... 44
4.6	Tanggapan responden mengenai inovasi 46
4.7	Tanggapan responden mengenai kinerja pemasaran..... 48
4.8	Tanggapan responden tentang keunggulan bersaing 50
4.9	Normalitas data 52
4.10	Uji multikolinieritas 53
4.11	Uji heteroskedastisitas 54
4.12	Persamaan regresi model 1 55
4.13	Koefisien determinasi 56
4.14	Persamaan regresi model 2 58
4.15	Koefisien determinasi model II..... 60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka pemikiran teoritis.....	25
4.1 Analisis jalur antar variabel penelitian.....	63
4.2 Uji mediasi kreativitas program pemasaran terhadap kinerja pemasaran menuju keunggulan bersaing.....	64
4.3 Uji mediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran menuju keunggulan bersaing.....	65
4.4 Uji mediasi inovasi terhadap kinerja pemasaran menuju keunggulan bersaing.....	66

