

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABTRAK	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Market Sensing Capability.....	8
2.2. Customer Relationship Management	9

2.3. E-Marketing Strategy	11
2.4. Marketing Performance	13
2.5 Market Sensing Capability dan E-Marketing Strategy	14
2.6 Market Sensing Capability dan Marketing Performance.....	15
2.7. Customer Relationship Management dan E-Marketing Strategy	16
2.8 Customer Relationship Mangement dan Marketing Performance.....	17
2.9 Hubungan E-Marketing Strategy dengan Marketing Performance	17
2.10 Kerangka Pikir	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Jenis Penelitian.....	20
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.3. Sumber dan jenis Data	22
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5. Variabel dan Indikator	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1. Uji Validitas	25
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	26
3.6.4. Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Gambaran Umum Responden	31
4.1.1. Jenis Kelamin Responden	31
4.1.2. Usia Responden.....	32

4.1.3. Jabatan Dalam Perusahaan Responden	33
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	33
4.2.1. Variabel Market Sensing Capability	34
4.2.2. Variabel Customer Relationship Management	36
4.2.3. Variabel E-Marketing Strategy	37
4.2.4. Variabel Marketing Performance	39
4.3. Uji Analisis Data.....	41
4.3.1. Uji Validitas	41
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	42
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1. Uji Normalitas	43
4.4.2. Uji Multikolinearitas	43
4.4.3. Uji Heterokedastisitas	44
4.5. Analisis Data.....	45
4.5.1. Uji Analisis Regresi Berganda	45
4.5.2. Koefisien Determinasi.....	46
4.6. Pengujian Hipotesis	47
4.6.1. Pengaruh MSC terhadap E-Marketing Strategy	47
4.6.2. Pengaruh MSC terhadap Marketing Performance.....	48
4.6.3. Pengaruh CRM terhadap E-Marketing Strategy	48
4.6.4. Pengaruh CRM terhadap Marketing Performance	49
4.6.5. Pengaruh EMS terhadap Marketing Performance.....	49
4.7. Uji Sobel	50

4.8. Pembahasan.....	50
4.8.1. Pengaruh MSC terhadap E-Marketing Strategy	50
4.8.2. Pengaruh MSC terhadap Marketing Performance.....	52
4.8.3. Pengaruh CRM terhadap E-Marketing Strategy	53
4.8.4. Pengaruh CRM terhadap Marketing Performance	54
4.8.5. Pengaruh EMS terhadap Marketing Performance.....	56
4.8.6 Pengaruh MSC Terhadap MP Dengan E-MS Sebagai Intervening ..	57
4.8.6 Pengaruh MSC Terhadap MP Dengan E-MS Sebagai Intervening ..	57
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2. Saran	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.4 Agenda Penelitian mendatang.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4.2 Usia Responden	32
Tabel 4.3 Jabatan Dalam Perusahaan Responden	33
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Market Sensing Capability	35
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Customer Relationship Management	36
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif E-Marketing Strategy	38
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Marketing Performance	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedasitisitas	44
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir.....	19
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	70
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Market Sensing Capability.....	74
Lampiran 3 Uji Validitas dan Customer Relationship Management	75
Lampiran 4 Uji Validitas dan E-Marketing Strategy	76
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Marketing Performance	77
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 7 Analisis Linier Regresi Berganda.....	80
Lampiran 8 Koefisien Determinasi	81