

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN USULAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. <i>Marketing Innovativeness</i>	7
2.2. <i>Brand Management Capability</i>	9
2.3. <i>Customer Service Strategy</i>	10
2.4. <i>Marketing Performance</i>	12
2.5. Hubungan <i>Marketing Innovativeness</i> dan <i>Customer Service Strategy</i>	14
2.6. Hubungan <i>Brand Management Capability</i> dan <i>Customer Service Strategy</i>	15
2.7. Hubungan <i>Marketing Innovativeness</i> dan <i>Marketing Performance</i> ...	16
2.8. Hubungan <i>Brand Management Capability</i> dan <i>Marketing Performance</i>	17
2.9. Hubungan <i>Customer Service Strategy</i> dan <i>Marketing Performance</i> ..	17
2.10. Peran <i>Customer Service Strategy</i> dalam Memediasi Hubungan antara <i>Marketing Innovativeness</i> dengan <i>Marketing Performance</i>	18
2.11. Peran <i>Customer Service Strategy</i> dalam memediasi Hubungan antara <i>Brand Management Capability</i> dengan <i>Marketing Performance</i>	19
2.12. Model Empirik	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi	22
3.2.2 Sampel	23
3.3 Sumber dan Jenis Data	23

3.4	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5	Variabel dan Indikator.....	25
3.6	Analisis Data.....	26
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.6.2	Teknik Analisis Data.....	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian.....	33
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	36
4.2.1	Deskripsi Variabel Marketing Innovativeness	37
4.2.2	Deskripsi Variabel Brand Management Capability	39
4.2.3	Deskripsi Variabel Customer Service Strategy	41
4.2.4	Deskripsi Variabel Marketing Performance.....	42
4.3	Teknik Analisis Data	43
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.2.1	Uji Normalitas.....	46
4.3.2.2	Uji Multikolineritas	48
4.3.2.3	Uji Heterokedastisitas	49
4.3.3	Uji Goodness of Fit Model Persamaan Regresi dan Koefisien Determinasi	52
4.3.3.1	Uji Goodness of Fit Model Persamaan Regresi dan Koefisien Determinasi.....	52
4.3.3.2	Uji Regresi Linier Berganda	53

4.3.3.3 Uji Parameter Individual (Uji Statistik t)	55
4.3.3.4 Uji Parameter Untuk Jalur Efek Tidak Langsung (Sobel Test).....	57
4.4 Pembahasan.....	58
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implikasi Manajerial.....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	66
 DAFTAR PUSTAKA	67
 LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Volume of Millenial Interaction Recorded by Country & Sector ...	2
Tabel 3.1	Kriteria UMKM yang diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah	23
Tabel 3.2	Variabel dan Indikator	26
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jabatan dalam perusahaan, usia, latar belakang keluarga, dan tingkat pendidikan	34
Tabel 4.2	Nilai indeks jawaban responden variabel Marketing Innovativeness	37
Tabel 4.3	Nilai indeks jawaban responden variabel Brand Management Capabilities	39
Tabel 4.4	Nilai indeks jawaban responden variabel Customer Service Strategy	41
Tabel 4.5	Nilai indeks jawaban responden variabel Marketing Performance	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolineritas	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Goodness Of Fit Model Persamaan Regresi	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	53

Tabel 4.11 Hasil Uji statistik t	55
Tabel 4.12 Estimasi Parameter Untuk Jalur Efek Tidak Langsung (Sobel Test)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Customer Service Strategy Meningkatkan Markering Performance melalui Marketing Innovativeness dan Brand Management Capability	21
Gambar 4.1	Uji Heterokedasitas (Model 1).....	50
Gambar 4.2	Uji Heterokedasitas (Model 2).....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3 : Hasil olah data SPSS