

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARTA ILMIAH .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
ABSTRAK.....	viii
INTISARI .....	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1 Marketing Innovativeness .....	9

2.2 Market Sensing Capabilities.....	10
2.3 Adaptive Selling Behavior .....	12
2.4 Marketing Performance.....	14
2.5 Pengaruh <i>Marketing Innovativeness</i> terhadap <i>Adaptiv Selling Behavior</i> .....	15
2.6 Pengaruh <i>Market Sensing Capabilities</i> terhadap <i>Adaptive Selling Behavior</i> .....	15
2.7 Hubungan <i>Adaptive Selling Behavior</i> dan <i>Marketing Performance</i> ....	16
2.8 Pengaruh <i>Marketing Innovativeness</i> terhadap <i>Marketing Performance</i> .....	17
2.9 Hubungan <i>Market Sensing Capabilities</i> dan <i>Marketing Performance</i> .....	17
2.10. Model Empirik .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	20
3.1. Jenis Penelitian.....	20
3.2. Populasi dan Penentuan sampel .....	20
3.2.1. Populasi .....	20
3.2.2. Sampel.....	21
3.3. Sumber Data dan Jenis Data.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	22
3.5. Variabel Penelitian .....	22
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1 Uji Instrumen.....	24

1.	Uji Validitas .....	24
2.	Uji Reabilitas .....	25
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	25
1.	Uji Multikolinieritas .....	25
2.	Uji Heterokedastisitas .....	26
3.	Uji Normalitas .....	26
3.6.3	Uji Hipotesis .....	27
1.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	27
2.	Uji t .....	28
3.	Uji F .....	29
4.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	29
5.	Uji Sobel Test .....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		31
4.1.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	31
4.2.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	35
4.1.1.	Statistik Deskriptif Variabel Marketing Innovativeness .....	36
4.1.2.	Statistik Deskriptif Variabel Market Sensing Capabilities .....	38
4.1.3.	Statistik Deskriptif Variabel Adaptive Selling Behavior .....	39
4.1.4.	Statistik Deskriptif Variabel Marketing Performance .....	40
4.2	Uji Instrumen .....	41
4.2.1	Uji Validitas .....	41
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	42
4.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	43

4.2.3.1. Uji Multikolinieritas .....	43
4.2.3.2. Uji Heterokedastisitas .....	45
4.2.3.3. Uji Normalitas .....	47
4.2.3.4. Uji Regresi .....	49
4.2.3.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
4.2.1. Pengujian Hopotesis .....	51
4.2.4.1. Uji Koefisien Model Persamaan Regresi.....	52
4.2.1.2. Uji t.....	53
4.2.1.3. Uji F.....	55
4.2.1.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56
4.2.1.5. Uji Sobel .....	57
4.3. Pembahasan.....	58
4.4.1. Pengaruh Marketing Innovativeness Terhadap Adaptive Selling Behavior .....	58
4.4.2. Pengaruh Market Sensing Capabilities Terhadap Adaptive Selling Behavior .....	59
4.4.3. Pengaruh Adaptive Selling Behavior Terhadap Marketing Performance.....	60
4.4.4. Pengaruh Marketing Innovativeness Terhadap Marketing Performance.....	61
4.4.5. Pengaruh Market Sensing Capabilities Terhadap Marketing Performance.....	62

4.4.6. Pengaruh Adaptive Selling Behavior untuk Marketing Performance terhadap Marketing Performance.....	63
4.4.7. Pengaruh Adaptive Selling Behavior untuk Market Sensing Capabilities terhadap Marketing Performance .....	64
BAB V PENUTUP .....	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Implikasi Manajerial .....	68
5.3. Keterbatasan Peneliti.....	69
5.4. Agenda Penelitian Mendatang .....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Variabel dan Indikator.....	23
Tabel 4. 1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jabatan dalam perusahaan, usia, latar belakang keluarga, tingkat pendidikan dan status perkawinan .....	31
Tabel 4. 2	Nilai indeks jawaban responden variabel Marketing Innovativeness .....	36
Tabel 4. 3	Nilai indeks jawaban responden variabel Market Sensing Capabilities.....	38
Tabel 4. 4	Nilai indeks jawaban responden variabel Adaptive Selling Behavior .....	39
Tabel 4. 5	Nilai indeks jawaban responden variabel Marketing Performance .....	40
Tabel 4. 6	Uji validitas dan reliabilitas variabel penelitian.....	42
Tabel 4. 7	Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 4. 8	Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 9	Uji Goodness of Fit Model Persamaan Regresi .....	51
Tabel 4. 10	Hasil uji koefisien model persamaan regresi .....	52
Tabel 4. 11	Estimasi parameter untuk jalur efek tidak langsung (Sobel test).....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik Penelitian .....	18
Gambar 4. 1 Uji Hetetokedastisitas (Model 1).....	46
Gambar 4. 2 Uji Hetetokedastisitas (Model 2).....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	86
Lampiran 3: Uji Validitas.....	92
Lampiran 4: Uji Reliabilitas.....	96
Lampiran 5: Uji Multikolinieritas .....	99
Lampiran 6: Uji Heterokedastisitas.....	100
Lampiran 7: Uji Normalitas .....	102
Lampiran 8 : uji hipotesis dan regresi .....	104