

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
INTISARI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. <i>Market Sensing Capability</i>	11
2.2. <i>Marketing Innovativeness</i>	13
2.3. <i>Fast Fashion Strategy</i>	17
2.4. <i>Marketing Performance</i>	19

2.5 <i>Market Sensing Capability</i> dan <i>Fast Fashion Strategy</i>	21
2.5 <i>Marketing Innovativeness</i> dan <i>Fast Fashion Strategy</i>	21
2.6 <i>Market Sensing Capability</i> dan <i>Marketing Performance</i>	23
2.7 <i>Marketing Innovativeness</i> dan <i>Marketing Performance</i>	24
2.8 <i>Fast Fashion Strategy</i> dan <i>Marketing Performance</i>	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.3. Sumber dan jenis Data	31
3.4. Metode Pengumpulan Data	32
3.5. Variabel dan Indikator	33
3.6. Teknik Analisis Data	35
3.6.1. Uji Validitas	37
3.6.2. Uji Reliabilitas	38
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	40
3.6.4. Uji Hipotesis	41
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	42
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	44
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.4. Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1. Uji Normalitas	57
4.4.2. Uji Heterokedastisitas	59

4.4.3. Uji Multikolinieritas	60
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.6. Pengujian Hipotesis	64
4.6.1. Uji Parsial (Uji Statistik t)	66
4.6.2. Uji Statistik f	66
4.6.3. Uji Koefisien Determinasi.....	69
4.7. Interpretasi Hasil	71
3.7.1. <i>Market Sensing Capability</i> dan <i>Fast Fashion Strategy</i>	71
3.7.2. <i>Marketing Innovativeness</i> dan <i>Fast Fashion Strategy</i>	71
3.7.3. <i>Market Sensing Capability</i> dan <i>Marketing Performance</i>	72
3.7.4. <i>Marketing Innovativeness</i> dan <i>Marketing Performance</i>	72
3.7.5 <i>Fast Fashion Strategy</i> dan <i>Marketing Performance</i>	72
BAB V.....	73
PENUTUP.....	73
5.1. Simpulan	73
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3. Saran	75
5.3.1. Implikasi Kebijakan	75
5.3.2. Saran Penelitian Yang Akan Datang	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Research Gap.....	6
TABEL 2.1 Model Teoritikal Dasar	27
TABEL 3.1 Variabel dan Indikator.....	33
TABEL 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
TABEL 4.2 Nilai Indeks <i>Marketing Innovativeness</i>	46
TABEL 4.3 Nilai Indeks <i>Market Sensing Capability</i>	49
TABEL 4.4 Nilai Indeks <i>Fast Fashion Strategy</i>	51
TABEL 4.5 Nilai Indeks <i>Marketing Performance</i>	52
TABEL 4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	54
TABEL 4.7. Uji Heterokedastisitas	56
TABEL 4.8. Uji Normalitas	58
TABEL 4.9. Uji Multikolinearitas	59
TABEL 4.10. Hasil Uji Regresi Linear.....	60
TABEL 4.11. Hasil Uji Goodness of Fit Model	64
TABEL 4.12. Hasil Uji Statistik t.....	67
TABEL 4.13. Tabel Sobel Tes	70