

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Keberlanjutan Pemasaran	6
2.1.2 Kinerja Pemasaran.....	7

2.1.3	<i>E- Commerce</i>	8
2.1.4	Hubungan Pemasaran	11
2.1.5	Modal Sosial	12
2.2	Hipotesis	13
2.2.1	Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja Pemasaran....	13
2.2.2	Pengaruh Hubungan Pamasaran terhadap Kinerja Pemasaran.....	14
2.2.3	Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Pemasaran...	14
2.2.4	Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Keberlanjutan Pemasaran.....	15
2.2.5	Pengaruh Kinerja Pemasaran terhadap Keberlanjutan Pemasaran.....	16
2.2.6	Pengaruh Modal Sosial terhadap Keberlanjutan Pemasaran.....	16
2.3	Kerangka Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN		18
3.1	Jenis Penelitian	18
3.2	Populasi dan Sampel.....	18
3.3	Sumber dan Jenis Data	19
3.4	Metode Pengumpulan Data	20
3.5	Variabel dan Indikator	20
3.6	Teknik Analisis.....	21
3.6.1	Uji Validitas.....	21
3.6.2	Uji Reliabilitas	21
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	22
3.6.3.1	Uji Normalitas	22
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	22

3.6.3.3 Uji Heteroskedestisitas	23
3.6.4 Uji Hipotesis	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Hasil Penelitian.....	26
4.1.1 Jenis Kelamin	26
4.1.2 Usia.....	27
4.1.3 Tingkat Pendidikan.....	27
4.1.4 Pendapatan Omzet	28
4.1.5 Lama Usaha	29
4.2 Deskripsi Variabel.....	29
4.2.1 Keberlanjutan Pemasaran	30
4.2.2 Kinerja Pemasaran.....	32
4.2.3 <i>E-commerce</i>	33
4.2.4 Hubungan Pemasaran	34
4.2.5 Modal Sosial	35
4.3 Analisis Data	36
4.3.1 Uji Validitas.....	36
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	39
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	40
4.3.3.1. Uji Normalitas	40
4.3.3.2. Uji Multikolinieritas	41
4.3.3.3 Uji Heteroskedestisitas	43
4.3.4 Uji Hipotesis	44
4.3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.3.4.2 Uji Parsial (Uji t)	46

4.3.4.3 Efisiensi Determinasi.....	48
4.4 Uji Sobel.....	49
4.4.1 Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Keberlanjutan Pemasaran melalui Kinerja Pemasaran.....	49
4.4.2 Pengaruh Hubungan Pemasaran terhadap Keberlanjutan Pemasaran Melalui Kinerja Pemasaran.	50
4.4.3 Pengaruh Modal Sosial terhadap Keberlanjutan Pemasaran melalui Kinerja Pemasaran.....	51
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.5.1 Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja Pemasaran...	52
4.5.2 Pengaruh Hubungan Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran.....	52
4.5.3 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja pemasaran ...	53
4.5.4 Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Keberlanjutan Pemasaran.....	53
4.5.5 Pengaruh Kinerja Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Pemasaran.....	54
4.5.6 Pengaruh Modal Sosial terhadap Keberlanjutan Pemasaran.....	54
BAB V ENUTUP	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Variabel dan Indikator	20
Tabel 3.2.	Uji Reliabilitas dengan Alpha Cronbach	21
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	26
Tabel 4.2.	Usia Responden	27
Tabel 4.3.	Tingkat Pendidikan Responden	28
Tabel 4.4.	Rata-rata omzet tiap minggu	28
Tabel 4.5.	Lama Usaha Responden.....	29
Tabel 4.6.	Rentang Skala Jawaban Responden.....	30
Tabel 4.7.	Deskripsi Variabel Keberlanjutan Pemasaran	31
Tabel 4.8.	Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran	32
Tabel 4.9.	Deskripsi Variabel <i>E-commerce</i>	33
Tabel 4.10.	Deskripsi Variabel Hubungan Pemasaran	34
Tabel 4.11.	Deskripsi Variabel Modal Sosial	35
Tabel 4. 12.	Uji Validitas Data Variabel Keberlanjutan Pemasaran.....	36
Tabel 4.13.	Uji Validitas Data Variabel Kinerja pemasaran.....	37
Tabel 4.14.	Uji Validitas Data Variabel <i>E-commerce</i>	37
Tabel 4.15.	Uji Validitas Data Variabel Hubungan Pemasaran.....	38
Tabel 4.16.	Uji Validitas Data Variabel Modal Sosial	38
Tabel 4.17.	Uji Reliabilitas Data.....	39
Tabel 4.18.	Uji Normalitas Keberlanjutan Pemasaran.....	40
Tabel 4.19.	Hasil Uji Normalitas Kinerja Pemasaran.....	41
Tabel 4.20.	Uji Multikolinieritas Model 1	42
Tabel 4.21.	Uji Multikolinieritas Model 2	42

Tabel 4.22. Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Berganda Model 1	45
Tabel 4.23. Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Berganda Model 2	45
Tabel 4.24. Model Summary 1	48
Tabel 4.25. Model Summary 2	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model peningkatan Keberlanjutan Pemasaran	17
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas Model 1	43
Gambar 4.2. Uji Heteroskedestisitas model 2	44
Gambar 4.3. Uji Sobel 1	49
Gambar 4.4. Uji Sobel 2	50
Gambar 4.5. Uji Sobel 3	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	65
Lampiran 3. Hasil Analisis Data	76