

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
MOTTO DAN 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 .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Kinerja Pemasaran .....	8
2.2.2 Kapabilitas Pemasaran.....	9

2.2.3	<i>E-commerce</i> .....	10
2.2.4	Hubungan Pemasaran .....	11
2.1.5	Modal Sosial .....	12
2.2	Hipotesis .....	13
2.2.1	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kapabilitas Pemasaran .....	13
2.2.2	Pengaruh Hubungan Pemasaran terhadap Kapabilitas Pemasaran .....	13
2.2.3	Pengaruh Modal Sosial terhadap Kapabilitas Pemasaran .....	14
2.2.4	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja Pemasaran ...	14
2.2.5	Pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran .....	15
2.2.6	Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Pemasaran ...	16
2.3	Kerangka Pemikiran .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		18
3.1	Jenis Penelitian .....	18
3.2	Populasi dan Sampel.....	18
3.2	Sumber dan Jenis Data .....	19
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	19
3.4	Variabel dan Indikator .....	20
3.5	Teknik Analisis.....	21
3.5.1	Uji Validitas.....	21
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	22
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	22
3.5.3.1	Uji Normalitas .....	22
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas .....	23

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	24
3.5.4 Uji Hipotesis .....	24
3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	24
3.5.4.2 Uji Parsial (Uji t) .....	25
3.5.4.3 Uji F.....	26
3.5.4.4 Efisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Responden.....	27
4.1.1 Jenis Kelamin.....	27
4.1.2 Usia Responden .....	28
4.1.3 Tingkat Pendidikan.....	28
4.1.4 Pendapatan Omset .....	29
4.1.5 Lama Usaha .....	30
4.2 Deskripsi Variabel .....	30
4.2.1 Kinerja Pemasaran .....	31
4.2.2 Kapabilitas Pemasaran.....	33
4.2.3 <i>E-commerce</i> .....	34
4.2.4 Hubungan Pemasaran .....	35
4.2.5 Modal Sosial .....	36
4.3 Analisis Data .....	37
4.3.1 Uji Validitas.....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	40
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	41
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	41
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas .....	43

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	44
4.3.4 Uji Hipotesis .....	46
4.3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.3.4.2 Uji Parsial (Uji t) .....	48
4.3.4.3 Uji F.....	50
4.3.4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.4.1 Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kapabilitas Pemasaran .....	52
4.4.2 Pengaruh Hubungan Pemasaran terhadap kapabilitas Pemasaran .....	53
4.4.3 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kapabilitas Pemasaran .....	54
4.4.4. Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap kinerja pemasaran ....	54
4.4.5 Pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap kinerja pemasaran .....	55
4.4.6 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Pemasaran	56
BAB V PENUTUP .....	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran .....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang ....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN.....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Variabel dan Indikator .....	20
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.2.	Usia Responden .....	28
Tabel 4.3.	Tingkat Pendidikan Responden .....	29
Tabel 4.4.	Pendapatan Omset.....	29
Tabel 4.5.	Lama Usaha .....	30
Tabel 4.6.	Rentang Skala Jawaban Responden.....	31
Tabel 4.7.	Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran .....	32
Tabel 4.8.	Deskripsi Variabel Kapabilitas Pemasaran.....	33
Tabel 4.9.	Deskripsi Variabel <i>E-commerce</i> .....	34
Tabel 4.10.	Deskripsi Variabel Hubungan Pemasaran .....	35
Tabel 4.11.	Deskripsi Variabel Modal Sosial .....	36
Tabel 4.12.	Uji Validitas Data Variabel Kinerja Pemasaran .....	37
Tabel 4.13.	Uji Validitas Data Variabel Kapabilitas pemasaran .....	38
Tabel 4.14.	Uji Validitas Data Variabel E-commerce .....	39
Tabel 4.15.	Uji Validitas Data Variabel Hubungan Pemasaran.....	39
Tabel 4.16.	Uji Validitas Data Variabel Modal Sosial .....	40
Tabel 4.17.	Uji Reliabilitas Data.....	41
Tabel 4.18.	Hasil Uji Normalitas Kapabilitas Pemasaran.....	42
Tabel 4.19.	Hasil Uji Normalitas Kinerja Pemasaran .....	42
Tabel 4.20.	Uji Multikolinearitas Model 1 .....	43
Tabel 4.21.	Uji Multikolinearitas Model 2 .....	44

Tabel 4.22.	Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Berganda Model 1 .....	47
Tabel 4.23.	Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Berganda Model 2 .....	47
Tabel 4.24.	Hasil Uji F model 1 .....	50
Tabel 4.25.	Hasil Uji F model 2 .....	51
Tabel 4.26.	Model <i>Summary</i> 1 .....	51
Tabel 4.27.	Model <i>Summary</i> 2 .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian Empirik.....	17
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	45
Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	69
Lampiran 3. Hasil Analisis Data.....	81