

## DAFTAR ISI

HALAMAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
INTI SARI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan masalah</b> .....	5
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
<b>2.1. Landasan Teori</b> .....	7
2.1.1. Kinerja Pemasaran .....	7
2.1.2. Pengembangan Layanan Baru ( <i>new service development</i> ) .....	9
2.1.3. Orientasi pasar .....	13
<b>2.2. Pengembangan Hipotesis</b> .....	15
2.2.1. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran .....	15
2.2.2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Pengembangan Layanan Baru ( <i>new service development</i> ).....	16
2.2.3. Pengaruh Pengembangan Layanan Baru ( <i>new service development</i> ) terhadap kinerja pemasaran .....	17
<b>2.3. Kerangka penelitian</b> .....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19

3.1.	Jenis Penelitian .....	19
3.2.	Populasi dan Teknik Sampling. ....	19
3.3.	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	21
3.3.1.	Sumber Data .....	21
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.4.	Variabel penelitian, Definisi Operasional dan Indikator .....	22
3.4.1.	Definisi Operasional dan indikator .....	22
3.4.2.	Variabel Penelitian.....	23
3.5.	Teknik Analisis Data.....	24
3.5.1.	Deskripsi Variabel.....	24
3.5.2.	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1.	Gambaran Umum Responden.....	29
4.1.1.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	29
4.1.2.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.1.3.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	31
4.2.	Analisis Deskripsi Variabel .....	31
4.2.1.	Variabel Orientasi pasar .....	32
4.2.2.	Variabel <i>New service development</i> .....	34
4.2.3.	Variabel Kinerja pemasaran.....	35
4.3.	Analisis Data .....	36
4.3.1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	37
4.3.2.	Inner Model .....	41
4.3.3.	Pengujian Hipotesis.....	42
4.3.4.	Pengaruh Tidak Langsung.....	44
4.3.5.	Koefisien Determinasi .....	45
4.4.	Pembahasan .....	46
4.4.1.	Pengaruh <i>Orientasi Pasar Terhadap New service development</i> .	46
4.4.2.	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran .....	47
4.4.3.	Pengaruh <i>New service development Terhadap Kinerja pemasaran</i> .....	48

BAB V PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan.....	50
5.2. Saran .....	51
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	51
5.4. Agenda Penelitian Mendatang.....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	53
Lampiran Kuesioner.....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Usia Responden.....	29
Tabel 4. 2. Jenis Kelamin Responden .....	30
Tabel 4. 3. Pendidikan Responden .....	31
Tabel 4. 4. Analisis Deskripsi .....	32
Tabel 4. 5. Statistik Deskriptif Variabel Orientasi pasar .....	33
Tabel 4. 6. Statistik Deskriptif Variabel <i>New service development</i> .....	34
Tabel 4. 7. Statistik Deskriptif Variabel Kinerja pemasaran .....	36
Tabel 4. 8. <i>Convergent Validity</i> .....	38
Tabel 4. 9. Pengujian Validitas .....	40
Tabel 4. 10. Pengujian Reliabilitas .....	41
Tabel 4. 11 Rangkuman Hasil Inner Model .....	42
Tabel 4. 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45