

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL....	7
2.1 Keunggulan Bersaing.....	7
2.2 Kualitas strategi Bisnis	13
2.3 <i>Architectural Marketing Capability</i>.....	15

2.4 Kinerja Toko Online	16
2.5 Penelitian Terdahulu	20
2.6 Hipotesis	21
2.7 Kerangka Pikir Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Obyek Penelitian	28
3.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	29
3.5 Analisis Deskriptif.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7 Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas.....	33
3.8 Teknik Analisis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Profil Responden	40
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel	43
4.3 Hasil Test Reliability dan Validity	46
4.4 Hasil Test Asumsi SEM	47
4.5 Hasil Uji Hipotesis dengan SEM.....	54
4.6 Pembahasan	59
BAB V PENUTUP	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Implikasi Teoritis	63

5.3 Implikasi Manajerial	63
5.4 Keterbatasan Penelitian	64
5.5 Agenda Penelitian Mendatang.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66