

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Kualitas Produk	16
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	18
2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2.4 Performa Penjualan.....	21
2.2.5 Daya saing.....	23
2.3 Kerangka Berfikir	26

2.4 Hipotesis	28
---------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.3.3 Teknik Sampling.....	31
3.3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1 Sumber Data.....	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.4 Operasional Variabel	34
3.4.1 Variabel Bebas atau Eksogen	35
3.4.2 Variabel <i>Intervening</i> atau Variabel Mediasi (Z)	36
3.4.3 Variabel Terikat atau Endogen (Y).....	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.5.1 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	38
3.5.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	39
3.5.3 Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	40
3.5.4 Model Struktural (<i>inner model</i>)	41
3.5.5 Uji Mediasi	43
3.5.6 Menentukan Keputusan Hipotesis.....	44
3.6 Jadwal Penelitian	47

BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	48
4.2 Struktur Organisasi.....	50
4.3 Deskripsi Pekerjaan dan Tugas Pokok.....	50

4.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.5 Ketenagakerjaan.....	52
4.6 Sasaran dan Tujuan Perusahaan	52

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden.....	54
5.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	56
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk.....	56
5.2.2 Tanggapan Responden Variabel Strategi Pemasaran.....	57
5.2.3 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	58
5.2.4 Tanggapan Responden Variabel Daya Saing.....	58
5.2.5 Tanggapan Responden Variabel Peforma Penjualan	59
5.3 Evaluasi Model.....	60
5.3.1 Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	60
5.3.2 Model Struktual (<i>inner model</i>).....	66
5.3.3 Uji Mediasi.....	68
5.3.4 Uji Hipotesis.....	71
5.3.5 Pembahasan	74
5.3.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Performa Penjualan	74
5.3.5.2 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Performa Penjualan.....	76
5.3.5.3 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Performa Penjualan.....	77
5.3.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Daya Saing.....	77
5.3.5.5 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing	78
5.3.5.6 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Daya Saing	79
5.3.5.7 Pengaruh Performa Penjualan Terhadap Daya Saing.....	80
5.3.5.8 Pengaruh Performa Penjualan Terhadap Kualitas Produk Dimediasi Daya Saing.....	81
5.3.5.9 Pengaruh Performa Penjualan Terhadap Strategi Pemasaran Dimediasi Daya Saing.....	83
5.3.5.10 Pengaruh Performa Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Daya Saing.....	84

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	88
6.2.1 Bagi Pelaku Bisnis	88
6.2.2 Bagi Perusahaan.....	88
6.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	88
6.2.4 Bagi Universitas	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	13
3.1 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup	34
3.2 Jadwal Penelitian.....	47
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
5.4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X1)	56
5.5 Tanggapan Responden Variabel Strategi Pemasaran (X2)	57
5.6 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (X3)	58
5.7 Tanggapan Responden Variabel Daya Saing (Z)	59
5.8 Tanggapan Responden Variabel Performa Penjualan (Y).....	60
5.9 Uji <i>Convergent Validty</i>	61
5.10 Uji <i>Convergent Validity</i>	63
5.11 Nilai <i>Composite Realiabilty</i> Dan <i>Cronbach's Alpha</i>	65
5.12 Uji R-Square.....	67
5.13 Uji <i>Part Coefficient</i>	68
5.14 <i>Specific Indirect Effect</i>	69
5.15 Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berfikir.....	27
3.1 Analisis Jalur	42
3.2 Hubungan Variabel Mediasi.....	43
4.1 Struktur Organisasi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT IZIN PENELITIAN

Lampiran 2 KARTU BIMBINGAN

Lampiran 3 KUISIONER

Lampiran 4 DATA IDENTITAS RESPONDEN

Lampiran 5 DATA JAWABAN RESPONDEN

Lampiran 6 TABEL T

Lampiran 7 *OUTER LOADING*

Lampiran 8 *CRONBACH'S ALPHA, COMPOSITE REABILITY, AVE*

Lampiran 9 *CROSS LOADING*

Lampiran 10 *R-SQUARE*

Lampiran 11 *PATH COEFISIEN*

Lampiran 12 *SPECIFIC INDIRECT EFFECT*