

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.2.1 Gap Teoritis	7
1.2.1.1 Gap Teoritis Konsekuensi Orientasi Pasar	7
1.2.1.2 Gap Teoritis Anteseden Orientasi Pasar	11
1.2.2 Gap Empiris	14
1.3 Pertanyaan Penelitian	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Lingkup Penelitian	22
BAB II. KAJIAN TEORI, HIPOTESIS DAN MODEL PENELITIAN	24
2.1 Konsep Orientasi pasar	24
2.1.1 Konsep Orientasi Pasar Kohli dan Jaworski (1990)	27
2.1.2 Konsep Orientasi Pasar Narver dan Slater (1990)	30
2.2 Model Anteseden dan Konsekuensi Orientasi Pasar Jaworski dan Kohli (1993)	33
2.2.1 Anteseden Orientasi Pasar	34
2.2.1.1 Faktor Pimpinan (Manajemen Puncak)	35
2.2.1.2 Faktor Dinamika Antar Bagian	36
2.2.1.3 Sistem dan Struktur Organisasi	37
2.2.2 Konsekuensi Orientasi Pasar	39
2.2.3 Lingkungan Eksternal Organisasi	42
2.3 Pengukuran Orientasi Pasar	43
2.4 Studi Sebelumnya Tentang Anteseden dan Konsekuensi Orientasi Pasar	45
2.5 Perumusan Hipotesis dan Model Penelitian	66
2.5.1 Hipotesis Anteseden Orientasi Pasar	67
2.5.1.1 Faktor Personal Manajemen Puncak	69
2.5.1.2 Faktor Organisasional	71
2.5.1.3 Faktor Eksternal Organisasi	76



2.5.2 Hipotesis Konsekuensi Orientasi Pasar	79
2.6 Model Penelitian	83
BAB III. METODE PENELITIAN	89
3.1 Strategi Penelitian	89
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	89
3.2.1 Definisi Operasional Variabel Orientasi Pasar	89
3.2.2 Definisi Operasional Variabel Anteseden Orientasi Pasar	95
3.2.3 Definisi Operasional Variabel Konsekuensi Orientasi Pasar	97
3.3 Populasi, Sampel dan Unit Analisis	99
3.4 Metode Pengumpulan data	102
3.5 Instrumen Penelitian	103
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	105
3.6.1 Pengujian Validitas Isi	105
3.6.2 Pengujian Validitas Variabel	105
3.6.3 Pengujian Reliabilitas Instrumen	108
3.7 Pengujian Hipotesis	108
3.7.1 Model Persamaan Struktural	109
3.7.1.1 Persamaan Struktural Penelitian	109
3.7.1.2 Kriteria Goodness of Fit	112
3.7.2 Asumsi Klasik	114
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	116
4.1 Karaktersistik Responden	116
4.1.1 Proses Pengumpulan Data	116
4.1.2 Distribusi Responden	116
4.1.3 Tingkat Respon	119
4.1.4 Uji Bias Respon	120
4.1.5 Statistik Deskriptif	122
4.1.6 Transformasi Data	126
4.2. Tahap Analisis Data	126
4.2.1 Pengujian Dimensionalitas Variabel	127
4.2.1.1 Analisis CFA Variabel Eksogen	127
4.2.1.2 Analisis CFA Variabel Pemediasi	131
4.2.1.3 Analisis CFA Variabel Endogen	133
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Komposit	135
4.4 Model Empirik dan Pengujian Hipotesis	138
4.4.1 Evaluasi Normalitas Data	138
4.4.2 Estimasi Model Empirik	139
4.4.3 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	142
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	145



4.5 Pembahasan	169
4.5.1 Anteseden Orientasi Pasar	170
4.5.1.1 Faktor Personal Pimpinan	171
4.5.1.2 Faktor Dinamika Antar Bagian	175
4.5.1.3 Faktor Sistem Organisasional	177
4.5.1.4 Faktor Eksternal Organisasi	179
4.5.2 Konsekuensi Orientasi Pasar	181
BAB V. SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	185
5.1 Simpulan	185
5.2 Implikasi Riset	189
5.2.1 Implikasi Teoritis	189
5.2.2 Implikasi Praktis	192
5.3 Keterbatasan Penelitian	195
5.4 Arah Riset Mendatang	196
DAFTAR PUSTAKA	198
LAMPIRAN	207