

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LUTERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.1 Kinerja Pemasaran .....	9
2.1.1.1 Pengertian Kinerja Pemasaran .....	9
2.1.1.2 Pentingnya Kinerja Pemasaran.....	11

2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran.....	12
2.1.2 Orientasi Kewirausahaan .....	12
2.1.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan .....	12
2.1.2.2 Pentingnya Orientasi Kewirausahaan.....	13
2.1.2.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan.....	14
2.1.3 Orientasi Pasar .....	15
2.1.3.1 Pengertian Orientasi Pasar .....	16
2.1.3.2 Pentingnya Orientasi Pasar.....	17
2.1.3.3 Indikator Orientasi Pasar .....	18
2.1.4 Religiusitas.....	19
2.1.4.1 Pengertian Religiusitas.....	19
2.1.4.2 Pentingnya Religiusitas.....	21
2.1.4.3 Indikator Religiusitas .....	22
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.2.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran .....	22
2.2.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran .....	23
2.2.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Pemasaran .....	25
2.3 Kerangka Konseptual .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Objek, Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	28

3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.4.1 Kinerja Pemasaran .....	29
3.4.2 Orientasi Kewirausahaan .....	30
3.4.3 Orientasi Pasar .....	30
3.4.4 Religiusitas.....	31
3.5 Pengukuran Instrumen.....	31
3.6 Teknik Analisis data .....	32
3.6.1 Measurement Model Assessment .....	32
3.6.2 Analisis Deskriptif .....	33
3.6.3 R Square.....	35
3.6.4 Structural Model Assessment .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	37
4.1.1 Response Rate .....	37
4.1.2 Profil Responden .....	38
4.2 Measurmen Model Assessment .....	41
4.2.1 Convergent Validity.....	41
4.2.1.1 Tahap 1.....	42
4.2.1.2 Tahap 2.....	44
4.2.1.3 Tahap 3.....	45
4.2.1.4 Tahap 4.....	47

4.2.1.5 Tahap 5.....	48
4.2.2 Discriminant Validity .....	49
4.2.2.1 Fornell-Lacker Criterion .....	49
4.2.2.1.1 Cross Loadings.....	51
4.3 Analisis Deskriptif.....	52
4.3.1 Kinerja Pemasaran .....	53
4.3.2 Orientasi Kewirausahaan .....	54
4.3.3 Orientasi Pasar .....	55
4.3.4 Religiusitas.....	56
4.4 Linner Model atau Struktural Model Assessment .....	58
4.5 R Square .....	58
4.5.1 Uji R Square.....	58
4.5.2 Uji Hipotesis .....	59
4.6 Pembahasan .....	60
4.6.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran .....	60
4.6.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran .....	62
4.6.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Pemasaran .....	64
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Implikasi Penelitian .....	66
5.3 Keterbatasan dan Saram .....	68

