

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	17
E. Orsinalitas Penelitian	17
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Tinjauan Teori	19
1. Teori Resource-Based View (RVB)	19
2. Resource Advantage Theory (RAT)	21
3. Kualitas Produk	23
4. Bauran Pemasaran	33
5. Inovasi Produk	41
6. Keunggulan Bersaing	47
7. Kinerja Pemasaran	60
B. Penelitian Terdahulu	65
BAB III	76
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	76
A. Kerangka Konseptual	76
B. Hipotesis Penelitian	77
BAB IV	79
METODE PENELITIAN	79
A. Pendekatan Penelitian	79

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	80
C. Jenis dan Sumber Data	80
D. Populasi dan Sampel	81
1. Populasi	81
E. Teknik Pengumpulan Data	83
F. Teknik Analisis Data	84
G. Definisi Operasional dan Pengukurannya	93
BAB V	101
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	101
B. Deskriptif Identifikasi Responden	101
C. Deskripsi Hasil Penelitian	102
D. Hasil Penelitian	111
E. Pembahasan	130
F. Temuan Penelitian	153
G. Keterbatasan Penelitian	154
BAB VI	156
SIMPULAN DAN SARAN	156
A. Simpulan	156
B. Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN-LAMPIRAN	165