

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	Ii
HALAMAN PENGESAHAN	Iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR SINGKATAN/SIMBOL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Urgensi Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Tinjauan Teori dan Konsep	8
2.1.2 Tinjauan Empiris	14
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	37
2.2.1 Kerangka Pemikiran	37
2.2.2 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3 Metode Pengumpulan Data	46
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.5 Instrumen Penelitian	48
3.6 Teknik Analisa Data	50
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian atau <i>Outer Model</i>	51
3.6.2 Pengujian Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	52
3.7 Diagram Alir Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Deskripsi Responden	57

4.1.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	62
4.1.3	Analisis SEM dengan Aplikasi SMartPLS	65
4.2	Pembahasan	73
4.2.1	Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kelincahan Masuk Pasar	73
4.2.2	Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kinerja Pemasaran	76
4.2.3	Pengaruh Kelincahan Masuk Pasar terhadap Kinerja Pemasaran	79
4.2.4	Peran Mediasi Kelincahan Masuk Pasar pada Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kinerja Pemasaran	81
4.2.5	Peran Moderasi Kemampuan Inovasi pada Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kinerja Pemasaran	83
4.3	Novelti Penelitian	85
BAB V	PENUTUP	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	87
5.3	Limitasi Penelitian	88
5.4	Implikasi Penelitian	89
5.5	Luaran Penelitian	89
	DAFTAR PUSTAKA	90
	LAMPIRAN	99