

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN TESIS .....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1    Kerangka Teori.....	8
2.1.1    Orientasi Pasar .....	8
2.1.1.1    Komponen Orientasi Pasar .....	12

2.1.1.2	Pendekatan Orientasi Pasar.....	18
2.1.2	Internal Marketing.....	20
2.1.2.1	Pengertian Internal Marketing .....	20
2.1.2.2	Dimensi Internal Marketing.....	28
2.1.2.3	Perspektif Internal Marketing .....	29
2.1.2.4	Mengapa Organisasi Membutuhkan Internal Marketing .....	31
2.1.2.5	Tujuan dari Internal Marketing .....	31
2.1.3	Komitment Organisasi .....	38
2.1.3.1	Pengertian Komitment Organisasi .....	38
2.1.3.2	Cara Membentuk Komitment .....	43
2.1.3.3	Faktor yang Mempengaruhi Komitment.....	45
2.1.4	Perilaku Anggota Organisasi.....	46
2.2	Penelitian Terdahulu dan Hipotesis Penelitian.....	49
2.2.1	Internal Marketing dan Orientasi Pasar.....	49
2.2.2	Internal Marketing dan Perilaku Anggota Organisasi.....	51
2.2.3	Internal Marketing dan Commitment Organisasi.....	53
2.2.4	Komitment Organisasi dan Perilaku Anggota Organisasi .....	55
2.2.5	Commitment Organisasi dan Orientasi Pasar .....	57
2.2.6	Perilaku Anggota Organisasi dan Orientasi Pasar .....	59
2.3	Model Penelitian.....	60
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>		<b>62</b>
3.1	Sumber Data dan Tehnik Pengumpulan Data .....	62
3.2	Variabel dan Operasional Variabel .....	63

3.2.1	Variabel .....	63
3.2.2	Operasional Variabel.....	63
3.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	66
3.3.1	Uji Validitas .....	66
3.3.2	Uji Reliabilitas .....	66
3.4	Populasi dan Sampel .....	67
3.5	Metode Analisis Data .....	68
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	68
3.5.2	Analisis Verivikatif .....	68
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>74</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek.....	74
4.2	Pengujian Instrument Penelitian.....	79
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	79
4.2.2	Uji Keandalan Instrumen Penelitian (Reliability Test).....	81
4.3	Analisis Deskriptif.....	82
4.3.1	Karakteristik Responden .....	82
4.3.2	Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	88
4.4	Analisis Structural Equation Model .....	96
4.4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
4.4.2	Uji Goodness off Fit (Uji Ketepatan Model) .....	99
4.4.3	Pengujian Hipotesis.....	106
4.5	Pembahasan dan Implikasi .....	111
4.5.1	Internal Marketing dan Orientasi Pasar.....	111

4.5.2	Internal Marketing dan Perilaku Anggota Organisasi.....	112
4.5.3	Internal Marketing dan Komitment Organisasi.....	113
4.5.4	Komitment Organisasi dan Perilaku Anggota Organisasi .....	114
4.5.5	Komitment Organisasi dan Orientasi Pasar .....	114
4.5.6	Perilaku Anggota Organisasi dan Orientasi Pasar .....	115
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>121</b>
5.1	Kesimpulan.....	121
5.2	Saran.....	123
DAFTAR REFERENSI .....		125
LAMPIRAN .....		I



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pendekatan Orientasi Pasar .....	19
Tabel 3.1 Goodness of Fit Index Cut-off Value .....	72
Tabel 4.1 Tabel Populasi Dan Sampel .....	79
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	80
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	83
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	84
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja .....	86
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/ bulan .....	87
Tabel 4.9 Tabel Kategori Variabel Penelitian .....	89
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Internal Marketing .....	90
Tabel 4.11 Diskripsi Variabel Komitment Organisasi .....	92
Tabel 4.12 Deskriptif Variabel Perilaku Anggota Organisasi .....	93
Tabel 4.13 Deskriptif Variabel Orientasi Pasar .....	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Item – Item Variabel Penelitian .....	98
Tabel 4.15 Ukuran Kesesuaian Model (Fit Measure) .....	105
Tabel 4.16 Koefisien Jalur (Regression Weights) .....	106
Tabel 4.17 Hasil Akhir Penelitian .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perspektif Internal Marketing.....	30
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	61
Gambar 4.1 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Internal Marketing..	100
Sumber: data primer, diolah (2015) .....	101
Gambar 4.2 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Komitment Organisas .....	101
Gambar 4.3 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Perilaku Anggota Organisasi .....	102
Gambar 4.4 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Orientasi Pasar.....	103
Gambar 4.5 Hasil Analisis Full Model .....	104
Gambar 4.6 Hasil Diagram SEM .....	115

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	I
LAMPIRAN B.....	VI
LAMPIRAN C.....	XXI
LAMPIRAN D.....	XXVII
LAMPIRAN D.....	XLIV

