DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN.....i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

ABSTRAK.....iii

***ABSTRACT*.....iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL.....xii

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR LAMPIRAN.....xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah 10

1.2.1 Identifikasi Masalah 10

1.2.2 Rumusan Masalah 11

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4. Kegunaan Penelitian 12

1.4.1 Kegunaan Praktis 12

1.4.2 Kegunaan Akademis 13

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian 13

1.5.1 Lokasi Penelitian 13

1.5.2 Waktu Penelitian 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1.Kajian Pustaka.....15
2.1.1 Pemasaran Langsung.....15
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran Langsung.....15
2.1.1.2 Faktor-Faktor Pemasaran Langsung 16
2.1.1.3 Perkembangan Dan Keuntungan Pemasaran Langsung.....19
2.1.1.4 Keputusan-keputusan Penting Dalam Pemasaran Langsung 20
2.1.1.5 Bentuk-bentuk Direct Marketing 21
2.1.1.6 Indikator Direct Marketing 22
2.1.2 Kreativitas.....23
2.1.2.1 Pengertian Kreativitas.....23
2.1.2.2 Ciri-ciri Orang Kreatif 24
2.1.2.3 Aspek-aspek Kreativitas.....25
2.1.2.4 Indikator Kreativitas 28
2.1.3 Daya Saing.....29
2.1.3.1 Pengertian Daya Saing 29
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing.....30
2.1.3.3 Identifikasi Pesaing.....35
2.1.3.4 Strategi Menghadapi Pesaing.....37
2.1.3.5 Keunggulan Daya Saing.....39
2.1.3.6 Indikator Daya Saing.....40
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....41
2.2 Kerangka Pemikiran.....47
2.2.1 Keterkaitan Pengaruh Pemasaran Langsung Terhadap Daya Saing.....49
2.2.2 Keterkaitan Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing.....49
2.2.3 Keterkaitan Pengaruh Pemasaran Langsung dan Kreativitas Terhadap Daya Saing.....50
2.3 Hipotesis.....52

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 53
3.2 Metode Penelitian 53
3.2.1 Desain Penelitian 55
3.2.2 Operasional Variabel 59
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 65
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data 65
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 66
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 67
3.2.4.1 Uji Validitas 69
3.2.4.1.1 Hasil Uji Validitas 70
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 72
3.2.4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas 74
3.2.4.3 Uji MSI 75
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 77
3.2.5.1 Rancangan Analisis 77
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 78
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif 79
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 86

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 91
4.1.1 Sejarah Perusahaan 93
4.1.2 Visi dan Misi 94
4.1.2.1 Visi 94
4.1.2.2 Misi 94
4.1.3 Struktur Organisasi 94
4.1.3.1 Uraian Tugas *(Job Description)* 95
4.1.4 Aktifitas Perusahaan 100
4.2 Pembahasan Penelitian 101

4.2.1 Karakteristik Responden 101
4.3 Analisis Deskriptif.....107
4.3.1 Variabel Pemasaran Langsung (X1)..... 108
4.3.2 Variabel Kreativitas (X2)..... 116
4.3.3 Variabel Daya Saing (Y)..... 129
4.4 Analisis Verifikatif.....144
4.4.1 Uji Asumsi Klasik..... 144
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda 149
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi 152
4.4.3.1 Analisis Kolerasi Parsial..... 154
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....156
4.4.5 Pengujian Hipotesis Simultan (uji-F).....158
4.4.6 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t**)**.....159

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan..... 163
5.2 Saran.....164

DAFTAR PUSTAKA .....
LAMPIRAN.....