

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI .....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
RINGKASAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
DAFTAR ISTILAH .....	xxix
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	2
1.1.1 <i>Researh Gap</i> .....	7
1.1.2 <i>Fenomena Gap</i> .....	13
1.2 Permasalahan Penelitian .....	16
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Manfaat Penelitian .....	18
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2 Manfaat Praktis .....	18
1.6 Orisinalitas Penelitian .....	18

BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....	20
2. 1 Pengembangan Proposisi .....	21
2.1.1 Kapabilitas Dinamik .....	21
2.1.2 Kapabilitas Relasional .....	27
2.1.3 Relationship Intelligence .....	35
2.1.4 Kapabilitas Relasional Cerdas .....	42
2. 2 Pengembangan Model Teoritikal Dasar .....	46
2.2.1 Orientasi Kewirausahaan .....	46
2.2.2 Jejaring Sosial .....	50
2.2.3 Keunggulan Bersaing .....	56
2.2.4 Kinerja Pemasaran .....	56
2. 3 Pengembangan Hipotesis dan Model Empirik .....	61
2.3.1 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Pemasaran .....	61
2.3.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Relasional yang Cerdas .....	64
2.3.3 Hubungan Kapabilitas Relasional Cerdas dan Kualitas Jejaring Sosial..	73
2.3.4 Hubungan Kapabilitas Relasional Cerdas dan Keunggulan Inovasi Produk .....	78
2.3.5 Hubungan Kapabilitas Relasional Cerdas dan Keunggulan Penciptaan Nilai .....	82
2.3.6 Hubungan Kualitas Jejaring Sosial dan Keunggulan Jejaring.....	88
2.3.7 Hubungan Kapabilitas Relasional Cerdas dan Kinerja Pemasaran .....	93
2.3.8 Hubungan Keunggulan Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran .....	98
2.3.10 Hubungan Keunggulan Penciptaan Nilai dan Kinerja Pemasaran .....	104
2.3.10 Hubungan Keunggulan Jejaring dan Kinerja Pemasaran .....	109
2.4 Ringkasan Hipotesis.....	117
BAB III. METODE PENELITIAN .....	119
3.1 Populasi dan Sampel .....	120
3.1.1 Populasi .....	120
3.1.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	120
3.2 Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel .....	122
3.2.1 Definisi Variabel .....	122
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	124
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	127
3.4 Uji Hubungan Logis antar Variabel Indikator .....	130
3.5 Teknik Analisis Data .....	146

BAB IV. ANALISIS DATA.....	151
4.1 Administrasi Data .....	152
4.2 Screening dan Trimming Data.....	153
4.3 Deskripsi Karakteristik Responden .....	153
4.3.1 Status Responden dan Jenis Kelamin .....	153
4.3.2 Status Responden dan Status Pernikahan Responden.....	154
4.3.3 Status Responden dan Usia.....	155
4.3.4 Status Responden dan Tingkat Pendidikan.....	155
4.3.5 Status Responden dan Lama Bekerja .....	156
4.4 Deskripsi Karakteristik Perusahaan.....	157
4.4.1 Status Usaha dan Lama Operasi Perusahaan.....	157
4.4.2 Status Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja.....	158
4.4.3 Status Usaha dan Nilai Aset Perusahaan.....	159
4.4.4 Status Usaha dan Produk Utama Perusahaan.....	160
4.5 Deskripsi Data Penelitian.....	162
4.5.1 Nilai Indeks Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	162
4.5.2 Nilai Indeks Variabel Kapabilitas Relasional Cerdas.....	166
4.5.3 Nilai Indeks Variabel Kualitas Jejaring Sosial .....	168
4.5.4 Nilai Indeks Variabel Inovasi Produk .....	169
4.5.5 Nilai Indeks Variabel Keunggulan Penciptaan Nilai .....	171
4.5.6 Nilai Indeks Variabel Keunggulan Jejaring.....	172
4.5.7 Nilai Indeks Variabel Kinerja Pemasaran.....	174
4.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	176
4.6.1 Analisis Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	176
4.6.2 Analisis Konfirmatori Konstruk Endogen .....	182
4.7 Analisis Model Persamaan Struktural .....	187
4.7.1 Pengujian Asumsi Model Persamaan Struktural .....	187
4.7.2 Evaluasi Kesesuaian Model.....	192
4.7.3 Pengujian Hipotesis.....	195
4.8 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total .....	203
4.9 Pengujian Peran Mediasi Variabel Kapabilitas Relasional Cerdas .....	207
4.10 Temuan Empirik Tentang Kapabilitas Relasional Cerdas.....	208

BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	210
5.1 Kesimpulan Atas Hipotesis .....	211
5.1.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran.....	211
5.1.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kapabilitas Relasional Cerdas.....	211
5.1.3 Pengaruh Kapabilitas Relasional Cerdas Terhadap Kualitas Jejaring Sosial .....	213
5.1.4 Pengaruh Kapabilitas Relasional Cerdas Terhadap Inovasi Produk .....	214
5.1.5 Pengaruh Kapabilitas Relasional Cerdas Terhadap Keunggulan Penciptaan Nilai .....	215
5.1.6 Pengaruh Kualitas Jejaring Sosial Terhadap Keunggulan Jejaring.....	215
5.1.7 Pengaruh Kapabilitas Relasional Cerdas Terhadap Kinerja Pemasaran..	216
5.1.8 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran.....	217
5.1.9 Pengaruh Keunggulan Penciptaan Nilai Terhadap Kinerja Pemasaran...	218
5.1.10 Pengaruh Keunggulan Jejaring Terhadap Kinerja Pemasaran.....	219
5.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	219
5.3 Implikasi Teoritis.....	222
5.4 Implikasi Manajerial.....	226
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	229
5.6 Agenda Penelitian Mendatang.....	231
 DAFTAR PUSTAKA .....	 233
LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN	
LAMPIRAN OUTPUT AMOS	