

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PENYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
RINGKASAN	viii
KATA PENGANTAR	xxxii
DAFTAR ISI	xxxiv
DAFTAR GAMBAR	xli

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Pengantar	1
1.2 Latar Belakang penelitian.....	2
1.3 Kesenjangan Penelitian	11
1.4 Fenomena Bisnis	17
1.5 Masalah Penelitian	27
1.6 Pertanyaan Penelitian	27
1.7 Tujuan Penelitian.....	30
1.8 Manfaat Penelitian.....	30

1.9	Orisinalitas Penelitian	31
1.10	Justifikasi Penelitian.....	31
1.11	Ruang Lingkup Disertasi.....	32

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN

MODEL PENELITIAN

2.1	Pengantar	34
2.2	<i>Resources Advantages theory Of Competition</i>	35
2.3	Sintesa Konsep <i>Preemptive Market Exploitability</i> dalam Perspektif <i>Resources Advantages Theory of Competition</i> (<i>RAT-C</i>)	45
2.3.1.	<i>Dynamic Capability</i>	47
2.3.2	<i>Market Eksplotation</i>	49
2.3.3	<i>Strategik Orientation</i>	50
2.4	<i>Conseptual Mapping Preemptive Market Exploitability</i>	53
2.5	Proposisi <i>Preemptive Market Exploitability</i>	57
2.6	Pengembangan Model Teoritikal Dasar	57
2.6.1	Orientasi Kewirausahaan	58
2.6.3	Kapabilitas Teknologi.....	61
2.6.4	<i>Preemptive Market Exploitability</i>	63
2.6.5	Orientasi pasar	67
2.6.6	Quallity Based Diffrentiation.....	69

2.6.7	Kinerja Pemasaran	71
2.7	Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian Empirik	74
2.7.1	Hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap Preemptive Market Exploitability	74
2.7.2	Hubungan Preemptive Market Exploitability terhadap Kinerja Pemasaran	78
2.7.3	Hubungan Kapabilitas teknologi terhadap Preemptive Market Exploitability	83
2.7.4	Hubungan Kapabilitas Teknologi Terhadap Kinerja Pemasaran	89
2.7.5	Hubungan Quality Based Differentiation Terhadap Preemptive Market Exploitability.....	91
2.7.6	Hubungan Orientasi pasar terhadap Quality Based Differentiation	93
2.7.7	Quality Based Differentiation dan kinerja pemasaran	95

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendahuluan	98
3.2.	Desain Penelian	99
3.3	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	100
3.4	Populasi dan Sampel	101
3.5	Defiisi Operasional dan Pengukuran Variabel	102

3.6 Pengujian Intrumen Penelitian	105
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Pre Test	106
3.8 Teknik Analisis Data	110
3.9 Pengujian Peran Pemediasi	117

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Pengantar	118
4.2 Pengumpulan Data	119
4.3 Deskripsi Umum Objek Penelitian	120
4.4 Statistik Deskriptif Profil Responden.....	105
4.4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelmain dan Usia.....	121
4.4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Status Kepemilikan Usaha.....	122
4.4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Kepilikan dan Bentuk Usaha	123
4.4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Bentuk Usaha Dan Lama Perusahaan Berdiri	124
4.4.5 Deskripsi Responden berdasarkan Bentuk Usaha dan Jumlah Sumber Daya Perusahaan	125
4.4.6 Deskripsi Responden berdasarkan Bentuk Usaha dan wilayah pemasaran	126
4.4.7 Deskripsi Responden berdasarkan Bentuk	

Usaha dan Asset Kepemilikan Persuahaan	127
4.5 Statistik Deskriptif Variabel	111
4.6 Penujian <i>Logical Conection Hubungan</i>	
Antar Variabel	146
4.7 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas	172
4.8 Analisa Model Persamaan Struktural	173

BAB IV PEMBAHASAN DAN TEMUAN PENELITIAN

5.1 Pengantar	232
5.2 Pembahasan dan Kesimpulan atas Hipotesis Penelitian	233
5.2.1 Orientasi Kewirausahaan berpengaruh	
Positif terhadap <i>Preemptive Market Exploitability</i>	233
5.2.2 <i>Preemptive Market Exploitability</i> berpengaruh	
positif terhadap kinerja pemasaran.....	239
5.2.3 <i>Quality-Based Differentiation</i> berpengaruh Positif terhadap	
<i>Preemptive Market Exploitability</i>	244
5.2.4 Orientasi pasar Berpengaruh Positif Terhadap	
Quality-Based Differentiation	246
5.2.5 <i>Quality-Based Differentiation</i> Berpengaruh Positif	
Terhadap Kinerja Pemasaran	249
5.2.6 Kapabilitas Penggunaan Teknologi Berpengaruh Positif	
Terhadap <i>Preemptive Market Exploitability</i>	251

5.2.7 Kapabilitas Penggunaan Teknologi Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Pemasaran	254
--	-----

BAB VI KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

6.1 Pengantar	257
6.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	258
6.2.1 Alternatif Strategi Pertama.....	259
6.2.2 Alternatif Strategi Kedua	260
6.2.3 Alternatif Strategi Ketiga	262
6.3.Implikasi	263
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	263
6.3.2 Implikasi Manajerial.....	272
6.4 Keterbatasan penelitian	277
6.5 Agenda penelitian mendatang	278

DAFTAR PUSTAKA.....	280
----------------------------	------------

LAMPIRAN	318
-----------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sistematika Bab I Pendahuluan.....	1
Gambar 1.2	Kontribusi Ekonomi Kreatif	19
Gambar 1.3	Sebaran ekonomi Kreatif di Indonesia.....	21
Gambar 1.4	Sebaran ekonomi Kreatif di Jawa Tengah	22
Gambar 2.1	Sistematika Penulisan Bab II.....	34
Gambar 2.2	<i>Mapping Concept Preemptive Market Exploitability</i>	55
Gambar 2.3	Model Proposisi <i>Preemptive Market Exploitability</i>	57
Gambar 2.4	Kerangka Dasar Model Teoritikal Dasar	58
Gambar 2.5	Model teoritikal Dasar.....	59
Gambar 2.6	Model Penelitian Empirik	97
Gambar 3.1	Sistematika Bab III Metode Penelitian.....	98
Gambar 3.2	Skala Ordinal Jawaban Responden	101
Gambar 3.3	Diagram Alur Model Penelitian Empiris.....	112
Gambar 4.1	Sistematika Bab IV Analisis Data.....	118
Gambar 4.2	Bagan Variabel Orientasi Kewirausahaan dan <i>Preemptive Market Exploitability</i>	147
Gambar 4.3	Bagan <i>Preemptive Market Exploitability</i> dan Kinerja Pemasaran	152
Gambar 4.4	Bagan <i>Quality based differentiaion</i> dan <i>Preemptive Market Exploitability</i>	156
Gambar 4.5	Bagan Orientasi Pasar dan <i>Quality based differentiaion</i>	160
Gambar 4.6	Bagan <i>Quality based differentiaion</i> dan Kinerja Pemasaran ..	163

Gambar 4.7 Bagan Teknologi Capability dan <i>Preemptive Market Exploitability</i>	165
Gambar 4.8 Bagan Teknologi Capability dan Kinerja Pemasaran	169
Gambar 4.9 Hasil CFA Kontruk Orientasi Kewirausahaan.....	175
Gambar 4.10 Hasil CFA Konstruk Orientasi pasar.....	180
Gambar 4.12 Hasil CFA Konstruk <i>Tehnology Capability</i>	183
Gambar 4.13 Hasil CFA Konstruk <i>Tehnology Capability</i> (Revisi).....	185
Gambar 4.14 CFA <i>Konstruk Quality Based Differentiation</i>	188
Gambar 4.15 Hasil CFA Kontruk <i>Quality Based Differentiation</i>	190
Gambar 4.16 Hasil CFA Kontruk <i>Preemptive Market Exploitability</i>	193
Gambar 4.17 Hasil CFA Konstruk <i>Preemptive Market Exploitability</i> (Revisi).....	195
Gambar 4.18 Hasil CFA Konstruk Kinerja Pemasaran	198
Gambar 4.19 Hasil CFA Construct Kinerja Pemasaran (<i>Revisi</i>)	200

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kesenjangan Penelitian orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran	12
Tabel 1.2 Kesenjangan penelitian orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.....	16
Tabel 2.2 Pondasi Dasar <i>Resource Advantages Theory of Competition</i>	41
Tabel 2.3 <i>State of the Art Resource Advantages Theory of Competition</i>	43
Tabel 2.4 <i>State of the art</i> Orientasi Kewirausahaan.....	60
Tabel 2.5 <i>State Of The Art</i> Kapabilitas Teknologi.....	62
Tabel 2.6 <i>State Of The Art Preemptive Market Exploitability</i>	66
Tabel 2.7 <i>State of The Art</i> Orientasi Pasar	69
Tabel 2.8 <i>State Of The Art</i> Quality Based Diffrentiation.....	70
Tabel 2.9 <i>State of The Art</i> Kinerja Pemasaran	72
Table 2.10 Hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap <i>Preemptive Market Exploitability</i>	77
Tabel 2.11 Hubungan <i>Preemptive Market Exploitability</i> dan Kinerja Pemasaran.....	82
Tabel 2.12 Hubungan Kapabilitas Teknologi Terhadap <i>Preemptive Market Exploitability</i>	87
Tabel 2.12 Hubungan <i>Quality Based Differentiation</i> terhadap <i>Preemptive Market Exploitability</i>	90
Tabel 2.13 Hubungan <i>Quality Based Differentiation</i> terhadap <i>Preemptive Market Exploitability</i>	92

Tabel 2.14 Hubungan <i>Quality Based Differentiation</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	96
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Pengukuran	103
Tabel 3.2 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Pree-Test	106
Tabel 3.3 Persamaan Konstruk Eksogen dan Endogen.....	112
Tabel: 3.4 Model Fitness Testing	116
Tabel 4.1 Sebaran Data Responden	120
Tabel 4.2 Profil responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	122
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kemilikan Usaha	123
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan lama berdiri usaha	124
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Bentuk Usaha dan Lama Perusahaan berdiri	124
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Bentuk Usaha dan jumlah sumber daya	125
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Bentuk Usaha dan Wilayah Pemasaran	126
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Bentuk Usaha dan Asset-aset Kepemilikan Perusahaan.....	127
Tabel 4.9 Interpretasi Nilai Indek	128
Tabel 4.10 Nilai Indek Variabel Orientasi Kewirausahaan	129

Tabel 4.11	Persepsi Pelaku Usaha Pada Variabel	
	Orientasi Kewirausahaan	130
Tabel 4.12	Nilai Indeks Variabel Orientasi pasar.....	132
Tabel 4.13	Persepsi Pelaku Usaha Pada Variabel	
	Orientasi pasar	133
Tabel 4.14	Nilai Indeks Variabel <i>Kapabilitas Teknologi</i>	135
Tabel 4.15	Persepsi Pelaku Usaha Pada Variabel	
	Kapabilitas Teknologi	136
Tabel 4.16	Nilai indeks variabel <i>Quality Based Diffrensiation</i>	138
Tabel 4.17	Persepsi Pelaku Usaha Pada Variabel	
	<i>Quality Based Diffrensiation</i>	139
Tabel 4.18	Nilai indeks variabel <i>Preemptive market Exploitability</i>	141
Tabel 4.19	Persepsi Pelaku Usaha Pada Variabel	
	<i>Preemptive market Exploitability</i>	142
Tabel 4.20	Nilai indeks variabel Kinerja Pemasaran.....	144
Tabel 4.21	Persepsi Pelaku Usaha Pada Variabel	
	Kinerja Pemasaran	145
Tabel 4.22	Uji Logical Conection Antara Indikator Orientasi Kewirausahaan	
	Orientation dan <i>Preemprive Market Exploitability</i>	147
Tabel 4.23	Uji <i>Logical Conection</i> Antara Indikator <i>Preemptive Market</i>	
	<i>Exploitability</i> Dan Kinerja Pemasaran	153
Tabel 4.24	Uji <i>Logical Conection</i> Antara Indikator <i>Preemptive Market</i>	
	<i>Exploitability</i> Dan <i>Quality Based Diffrentitaion</i>	156

Tabel 4.25 Uji Logic Connection Antara Indicator Orientasi pasar Dan <i>Quality Based Differentiation</i>	160
Tabel 4.26 Uji Hubungan Logis Antara Indicator <i>Quality Based Differentiation</i> Dan Kinerja Pemasaran	163
Tabel 2.27 Uji Hubungan Logis Antara Indicator Firm's Technology Capability Dan Preemptive Market Exploitability.....	166
Tabel 4.28 Uji Hubungan Logis Antara Indicator <i>Quality Based Differentiation</i> Dan Kinerja Pemasaran	170
Tabel 4.30 <i>Goodness Of Fit Index</i> Orientasi Kewirausahaan.....	176
Tabel 4.31 <i>loading factor, Construct Reliability (CR)</i> dan nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	177
Tabel 4.32 Validitas dan Reliabilitas Kontruk Orientasi Pasar	179
Tabel 4.33 <i>Goodness Of Fit Index</i> Orientasi pasar	181
Tabel 4.34 Validitas dan Reliabilitas Kontruk Orientasi Pasar (Revisi)	181
Tabel 4.35 Konstruk kapabilitas Teknologi	183
Tabel 4.35 <i>Goodness of Fit Index</i> Technology Capability	186
Tabel 3.38 Konstruk <i>Quality Based Differentiation</i>	188
Tabel 4.39 <i>Goodness of Fit Index Quality Based Differentiation</i>	190
Tabel 3.41 Construct <i>Preemptive MarketExploitability</i>	193
Tabel 4.42 <i>Goodness of Fit Index Preemptive Market Exploitability</i>	196
Tabel 4.43 Kontruk kinerja pemasaran	199
Tabel 4.44 <i>Goodness of Fit Index Kinerja Pemasaran</i>	200

Tabel 4.45 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Full Model	204
Tabel 4.46 Korelasi Antar Konstruk dan Akar Kuadrat AVE	206
Tabel 4.47 Hasil Penujian Normalitas Data	208
Tabel 4.48 Pengujian Normalitas Data (Revisi)	209
Tabel 4.49 Hasil Pengujian Outlier univariate	210
Tabel 4.54 Ringkasan Evaluasi Kesesuaian Model (Goodness of Fit Indexes)	217
Tabel 4.55 Regression Weight Model Persamaan Struktural Penelitian	220
Tabel 6.1 Implikasi Teoritis Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Pemasaran	267
Tabel 6.2 Implikasi Teoritis Quality based Diffrentiation pada Kinerja Pemasaran	268
Tabel 6.3 Implikasi Teoritis Orientasi Pasar pada Quality based Diffrentiation	269
Tabel 6.4 Implikasi Teoritis Kapabilitas teknologi pada Kinerja Pemasaran	270
Tabel 6.5 Implikasi Teoritis Preemptive Market Exploitability pada Kinerja Pemasaran	271
Tabel 6.6 Implikasi manajerial	274