

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN DISERTASI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSYARATAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Pengantar	1
1.2. Latar Belakang Masalah	2
1.3. Research Gap.....	8
1.4. Fenomena Bisnis	13
1.5. Perumusan Masalah.....	20
1.6. Pertanyaan Penelitian	21
1.7. Tujuan Penelitian.....	21
1.8. Manfaat Penelitian	21
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
PENELITIAN	23
2.1. Pengantar	23
2.2. Telaah Pustaka	24
2.2.1. Konsep Pembentukan Jejaring Wirausaha	
<i>Theory</i>	24
2.2.2. Konsep Jejaring Wirausaha Dalam Perspektif <i>Network</i>	
<i>Theory</i>	26
2.2.3. Konsep <i>Social Cohesion</i> Dalam Perspektif <i>Social Capital</i>	
<i>Theory</i>	28

2.2.4. <i>Conceptual Mapping Entrepreneurial Network based on Social Cohesion</i>	33
2.3 Pengembangan Proposisi dari Konsep Kapabilitas Entrepreneurial Network based on Social Cohesion.....	33
2.3.1. Jejaring Wirausaha Berdasar Kebersamaan	33
2.3.2. Jejaring Wirausaha Berdasar Kesetaraan	35
2.3.3. Jejaring Wirausaha Berdasar Partisipasi	36
2.4 Proposisi Konsep <i>Entrepreneurial Network based on Social Cohesion</i>	37
2.5 Pemasaran Entrepreneurial.....	37
2.6 Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama Dalam Bisnis	44
2.7 Kualitas Modal Relasional	50
2.8 Kinerja Pemasaran.....	55
2.9 <i>Grand Synthesis</i> Model Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN DAN HIPOTESIS	60
3.1. Pengantar	60
3.2. Pengembangan Model Empirik dan Hipotesis Penelitian	61
3.2.1 Pengaruh Pemasaran Entrepreneurial terhadap Kapabilitas <i>Social Cohesion Entrepreneurial Network</i>	61
3.2.2 Pengaruh Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama dalam Bisnis terhadap Kapabilitas <i>Social Cohesion Entrepreneurial Network</i>	65
3.2.3 Pengaruh Kualitas Modal Relasional terhadap Kapabilitas <i>Social Cohesion Entrepreneurial Network</i>	68
3.2.4 Pengaruh Kualitas Modal Relasional terhadap Kinerja Pemasaran	72
3.2.5 Pengaruh Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama dalam bisnis terhadap Kinerja Pemasaran.....	77
3.2.6 Pengaruh Kapabilitas <i>Social Cohesion Entrepreneurial Network</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	80

BAB IV METODE DAN PROSEDUR PENELITIAN.....	84
4.1 Pengantar	84
4.2 Jenis dan Sumber Data	85
4.2.1. Data Primer.....	85
4.2.2 Data Sekunder	86
4.3 Populasi dan Sampel.....	86
4.3.1 Populasi	86
4.3.2 Sampel	86
4.4 Metode Pengumpulan Data	88
4.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	89
4.6 Uji Validity dan Reability (<i>Pre-Test</i>).....	90
4.7 Teknik Analisis.....	93
4.7.1. Uji Validitas (Validity).....	99
4.7.2. Uji Reliabilitas.....	100
4.7.3 Variance Extract	100
BAB V HASIL ANALISIS DATA PENELITIAN	102
5.1 Pengantar	102
5.2 Pengumpulan Data.....	103
5.3 Deskripsi Umum Obyek.....	103
5.4 Statistik Deskriptif Profil Responden.....	104
5.4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia ...	105
5.4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pernikahan.....	106
5.4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia dan Pendidikan.....	108
5.4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama beroperasi dan Jumlah Tenaga Kerja	110
5.4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Responden dan Status Usaha.....	112
5.5 Statistik Deskriptif Variabel	113
5.5.1 Nilai Indeks Variabel Pemasaran Entrepreneurial	115

5.5.2 Nilai Indeks Variabel Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama dalam Bisnis	117
5.5.3 Nilai Indeks Variabel Kualitas Modal Relasional	119
5.5.4 Nilai Indeks Variabel Kinerja Pemasaran	121
5.5.5 Nilai Indeks Variabel Kapabilitas Jejaring wirausaha berdasar kohesi sosial (KJWKS)	123
5.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	125
5.6.1 Pengujian Validitas Konten).....	126
5.6.2 Pengujian Validitas Konstruk.....	127
5.6.2.1 Pengujian Convergent Validity	127
5.6.2.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	127
5.6.2.1.1.1 Pengujian Faktor Konfirmatori Konstruk Pemasaran Entrepreneurial	128
5.6.2.1.1.2 Pengujian Faktor Konfirmatori Konstruk Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama Dalam Bisnis	130
5.6.2.1.1.3 Pengujian Faktor Konfirmatori Konstruk Kualitas Modal Relasional	133
5.6.2.1.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	136
5.6.2.1.2.1 Pengujian Faktor Konfirmatori Konstruk Kapabilitas Jejaring wirausaha berdasar kohesi sosial	136
5.6.2.1.2.2 Pengujian Faktor Konfirmatori Konstruk Kinerja Pemasaran	139
5.6.2.2 Nilai Rata-rata Variance Extracted, Construct Reliability, dan Discriminant Validity Full Model	141
5.7 Analisis Model Persamaan Struktural.....	146
5.7.1 Pengujian Asumsi Kecukupan Sampel.....	146
5.7.1.1 Pengujian Asumsi Normalitas Data	147
5.7.1.2 Pengujian Asumsi Normalitas Data	147
5.7.1.3 Evaluasi atas Outlier	149

5.7.1.4	Pengujian Multikolinieritas dan Singularitas	151
5.7.2	Pengujian Kesesuaian Model Persamaan Struktural	153
5.7.3	Pengujian Kausalitas dan Hipotesis Penelitian.....	157
5.7.3.1	Pengujian Hipotesis 1.....	159
5.7.3.2	Pengujian Hipotesis 2.....	159
5.7.3.3	Pengujian Hipotesis 3.....	160
5.7.3.4	Pengujian Hipotesis 4.....	161
5.7.3.5	Pengujian Hipotesis 5.....	161
5.7.3.6	Pengujian Hipotesis 6.....	162
5.8	Pengujian Variabel Pemeditasi	163
5.8.1	Pengujian Mediasi dengan Uji Sobel	163
5.8.2	Pengujian Mediasi dengan Uji Perbedaan.....	166
5.9	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	170
5.10	Pembahasan.....	170
5.10.1	Pembahasan dan Kesimpulan	170
5.10.1.1	Pemasaran Entrepreneurial Berpengaruh Positif terhadap Kapabilitas Jejaring Wirausaha Berdasar Koherensi Sosial.....	170
5.10.1.2	Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama Dalam Bisnis Berpengaruh Positif terhadap Kapabilitas Jejaring Wirausaha Berdasar Koherensi Sosial.....	174
5.10.1.3	Kualitas Modal Relasional Berpengaruh Positif terhadap Kapabilitas Jejaring Wirausaha Berdasar Koherensi Sosial.....	177
5.10.1.4	Kualitas Modal Relasional Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Pemasaran.....	180
5.10.1.5	Kemampuan Penciptaan Nilai Bersama Dalam Bisnis Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Pemasaran.....	182

5.10.1.6 Kapabilitas Jejaring Wirausaha Berdasar Kohesi Sosial Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Pemasaran.....	184
BAB VI KESIMPULAN IMPLIKASI DAN TEMUAN PENELITIAN.....	187
6.1 Pengantar.	187
6.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	188
6.2.1 Strategi Pertama.....	188
6.2.2 Strategi Kedua	190
6.2.3 Strategi Ketiga.....	192
6.3 Implikasi Penelitian	194
6.3.1 Implikasi Teoritis	195
6.3.2 Implikasi Manajerial.....	199
6.4 Keterbatasan Penelitian.....	204
6.5 Agenda Penelitian Mendatang	205
DAFTAR PUSTAKA	207