

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.1.1 Celah Penelitian	14
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Pertanyaan Penelitian	23
1.4 Tujuan Penelitian	23
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	24
2.1 Telaah Pustaka.....	24
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	24
2.1.2 Pengertian Entrepreneurship.....	25
2.1.3 Pengertian <i>Marketing</i>	25
2.1.4 Pengertian Entrepreneurial Marketing	27
2.1.5 Kinerja Usaha	35
2.2 Hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> Terhadap Kinerja.....	35
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian Kualitatif.....	40

3.2	Studi Kasus.....	43
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	46
3.4	Situasi Sosial.....	54
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	55
3.5.1	Pengumpulan Data.....	55
3.6	Sumber Data.....	60
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	61
3.8	Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Karakteristik Responden.....	68
4.2	Hasil Penelitian.....	72
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.3.1	Analisis Penerapan <i>Proactiveness</i>	90
4.3.2	Analisis Penerapan <i>Opportunity Focus</i>	93
4.3.3	Analisis Penerapan <i>Customer Intensity</i>	97
4.3.4	Analisis Penerapan <i>Innovation</i>	98
4.3.5	Analisis Penerapan <i>Risk Taking</i>	101
4.3.6	Analisis Penerapan <i>Resource Leveraging</i>	103
4.3.7	Analisis Penerapan <i>Value Creation</i>	106
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....		109
5.1	Simpulan.....	109
5.2	Implikasi Teoritis.....	115
5.3	Implikasi Manajerial.....	117
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	119
5.5	Agenda Penelitian Mendatang.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....		121
LAMPIRAN.....		126