

## DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul .....	i
HALAMAN Judul.....	ii
HALAMAN Pengesahan.....	iii
HALAMAN Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1. Profil Sentra Kulit .....	1
1.1.2. Sejarah Sentra Kulit .....	4
1.2. Latar Belakang .....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5. Tujuan Penelitian .....	12
1.6. Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1. Aspek Teoritis .....	12
1.6.2. Aspek Praktis .....	13
1.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1.8. Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian .....	15
2.1.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah .....	15
2.1.2. Pengertian <i>Entrepreneurship</i> .....	15
2.1.3. Pengertian Marketing.....	16
2.1.4. Pengertian <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	17

2.1.5. Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	19
2.1.6. Kinerja Usaha.....	21
2.2. Hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> Terhadap Kinerja.....	22
2.3. Penelitian Terdahulu .....	23
2.4. Kerangka Pemikiran.....	28
2.5. Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1. Karakteristik Penelitian.....	32
3.2. Alat Pengumpulan Data .....	33
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.2. Jenis Variabel.....	33
3.2.3. Operasional Variabel.....	34
3.2.4. Tipe Skala.....	42
3.3. Tahapan Penelitian .....	42
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	44
3.4.3 Teknik Sampling .....	45
3.5. Pengumpulan Data .....	45
3.5.1 Sumber Data.....	45
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.6. Validitas dan Reabilitas.....	46
3.6.1. Validitas .....	46
3.6.2. Reabilitas.....	48
3.7. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	49
3.7.1. Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	49
3.7.2. Analisis <i>Partial Least Square</i> SEM (SEM PLS) .....	51
3.7.2.1. Hubungan Formatif dan Reflektif dalam SEM.....	53
3.7.3. Langkah-langkah Analisis SEM PLS.....	54
3.7.3.1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	54

3.7.3.2. <i>Boostrapping Procedure</i> .....	56
3.7.3.3. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	56
3.8. Pengujian Hipotesis.....	57
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	59
4.1. Karakteristik Responden .....	59
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	60
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Omser Usaha .....	61
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaja.....	61
4.2. Analisis Deskriptif .....	62
4.2.1. Tanggapan Responden Mengenai <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	62
4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Usaha .....	70
4.3. Analisis Statistik.....	71
4.3.1. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	71
4.3.1.1. <i>Convergent Validity</i> .....	71
4.3.1.2. <i>Discriminant Validity</i> .....	74
4.3.1.3. <i>Composite Reability</i> .....	75
4.3.1.4. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	76
4.3.2. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	76
4.3.2.1. <i>R-Square</i> .....	76
4.3.2.2. Pengujian Hipotesis.....	77
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	85
5.1. Kesimpulan .....	85
5.2. Saran.....	86
5.2.1. Aspek Praktis .....	87
5.2.2. Aspek Teoritis .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	90
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	96