

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Fokus Penelitian	19
1.3 Identifikasi penelitian	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian	20
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Tinjauan Pustaka	21
2.2 <i>Entrepreneurial Marketing</i>	21
2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	45
3.3 Lokasi Penelitian	45
3.4 Unit Analisis Penelitian	45
3.5 Informan Kunci	45
3.5.1 Sumber Data	46
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	46
3.7 Teknik Analisis Data	48

3.8 Operasionalisasi Variabel.....	51
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakteristik Informan.....	54
4.2 Hasil dan Penelitian.....	55
4.2.1 Proaktif.....	55
4.2.2 Inovatif.....	59
4.2.3 Pengambilan Risiko.....	61
4.2.4 Fokus pada Peluang.....	62
4.2.5 Intensitas Pelanggan.....	62
4.2.6 Pengaruh Sumber Daya.....	65
4.2.7 Penciptaan Nilai.....	68
4.3 Pembahasan.....	70
4.3.1 Proaktif.....	70
4.3.2 Inovatif.....	70
4.3.3 Pengambilan Risiko.....	71
4.3.4 Fokus pada Peluang.....	71
4.3.5 Intensitas Pelanggan.....	72
4.3.6 Pengaruh Sumber Daya.....	72
4.3.7 Penciptaan Nilai.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.1.1 Proaktif.....	74
5.1.2 Inovatif.....	74
5.1.3 Pengambilan Risiko.....	74
5.1.4 Fokus pada Peluang.....	75
5.1.5 Intensitas Pelanggan.....	75
5.1.6 Pengaruh Sumber Daya.....	75
5.1.7 Penciptaan Nilai.....	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Proaktif.....	76
5.2.2 Inovatif.....	76
5.2.3 Pengambilan Risiko.....	76
5.2.4 Fokus pada Peluang.....	77
5.2.6 Pengaruh Sumber Daya.....	77
5.2.7 Penciptaan Nilai.....	77

DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80