

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Koperasi Usar	1
1.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Usar	3
1.1.3 Sistem Tata Niaga Akar Wangi	3
1.1.4 Potensi Pasar	4
1.1.5 Foto Produk	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian	16
2.1.1 Kewirausahaan	16
2.1.2 Manajemen Bisnis	17

2.1.3 <i>Entrepreneurial Marketing</i>	18
2.1.4 Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i>	20
2.1.5 Perbedaan Pemasaran Tradisional dan <i>Entrepreneurial Marketing</i>	23
2.1.6 Koperasi	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	35
3.1 Karakteristik Penelitian.....	35
3.2 Operasional Variabel	37
3.3 Situasi Sosial	43
3.4 Narasumber	44
3.5 Tahapan Penelitian	45
3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data	48
3.6.1 Pengumpulan Data	48
3.6.2 Sumber Data.....	49
3.7 Teknik Keabsahan Data	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Karakteristik Penelitian.....	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.3.1 <i>Proactiveness</i>	89
4.3.2 <i>Opportunity Focus</i>	90
4.3.3 <i>Customer Intensity</i>	92
4.3.4 <i>Innovation</i>	93
4.3.5 <i>Risk Taking</i>	95
4.3.6 <i>Resource Leveraging</i>	97
4.3.7 <i>Value Creation</i>	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100
5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	108

