

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II : TINJAUN PUSTAKA.....	11
A. Tinjaun Teori.....	11
1. <i>Entrepreneurial Marketing</i>	11
2. Pemasaran Interaktif.....	19
a. <i>Trust</i>	21
b. <i>Relationship Commitment</i>	23
c. <i>Complaint Handling</i>	25
3. Kinerja Pemasaran.....	28
B. Kerangka Pemikiran.....	29
C. Pengajuan Hipotesis.....	30
BAB III : METODE PENELITIAN.....	31
A. Rancangan Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Populasi.....	32
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	33
1. Sampel.....	33
2. Teknik Sampling.....	33
E. Jenis Data dan Teknik Penelitian.....	34
F. Variabel Penelitian.....	34
1. Klasifikasi Variabel.....	34
a) Variabel Eksogen.....	35
b) Variabel Endogen 1.....	35
c) Variabel Endogen 2.....	35
2. Operasional Variabel.....	36
G. Skala Pengukuran.....	37
H. Uji Instrumen.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	39

	I. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV	: ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
	A. Deskripsi Objek Penelitian.....	44
	B. Deskripsi Tanggapan Responden.....	47
	C. Hasil Analisis Data.....	51
	1. Uji Model Pengukuran.....	52
	2. Model Struktural.....	58
	3. Uji Normalitas.....	60
	4. Identifikasi Model.....	61
	5. Hasil Uji <i>Structural Equation Model</i>	62
	6. Analisis Hasil Uji Hipotesis.....	63
	D. Pembahasan.....	67
BAB V	: KESIMPULAN & SARAN.....	71
	A. Kesimpulan.....	71
	B. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Permasalahan utama yang di hadapi UMKM.....	5
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1	Persamaan Struktural.....	58
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Structural Equation Model</i>	62

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Indeks Kesiapan UMKM Menghadapi MEA Berdasarkan Provinsi.....	3
Grafik 1.2	Omset/Tahun UMKM Bidang Kerajinan Di Kabupaten Rembang.....	7

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indeks Performa Kesiapan UMKM Indonesia Menghadapi MEA.....	3
Tabel 2.1	Prinsip Pemasaran Tradisional dan <i>Entrepreneurial Marketing</i>	12
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel dan Indikator.....	36
Tabel 3.2	<i>Loading Factor</i> dan <i>Construct Reliability</i>	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kepemilikan Usaha.....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan.....	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha.....	46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	47
Tabel 4.6	Deskriptif Statistik Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i>	48
Tabel 4.7	Deskriptif Statistik Variabel <i>Trust</i>	49
Tabel 4.8	Deskriptif Statistik Variabel <i>Relationship Commitment</i>	49
Tabel 4.9	Deskriptif Statistik Variabel <i>Complaint Handling</i>	50
Tabel 4.10	Deskriptif Statistik Variabel Kinerja Pemasaran.....	51
Tabel 4.11	Keterangan Indikator.....	59
Tabel 4.12	Uji Normalitas Data.....	60
Tabel 4.13	<i>Computation of degrees of freedom</i>	61
Tabel 4.14	<i>Goodness of Fit Statistics</i>	62
Tabel 4.15	<i>Regression Weight</i> antar Variabel.....	63
Tabel 4.16	<i>Standardized Direct Effects</i>	65
Tabel 4.17	<i>Standardized Indirect Effects</i>	65
Tabel 4.18	<i>Standardized Total Effects</i>	66