

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN	iii
MENGENAI ORISINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	11
2.1.2 Kinerja Bisnis	12
2.1.3 <i>Entrepreneurial Marketing</i>	14
2.1.4 Keunggulan Kompetitif (<i>Competitive Advantage</i>)	16
2.1.5 Turbulensi Teknologi (<i>Tech Turbulence</i>)	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
2.4 Hipotesis Tentang Hubungan antar Variabel	28
2.4.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Kinerja Bisnis	28
2.4.2 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i>	29

2.4.3 Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> terhadap Kinerja Bisnis	29
2.4.4 Peran Mediasi dari <i>Competitive Advantage</i> terhadap <i>Entrepreneurial Marketing</i> dan Kinerja Bisnis	30
2.4.5 Peran Moderasi dari <i>Technological Turbulence</i> terhadap <i>Entrepreneurial Marketing</i> dan Kinerja Bisnis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Objek Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisa Statistika Deskriptif	42
3.6.2 Analisa Statistika Inferensial	43
3.7 Uji pada Model.....	44
3.7.1 Outer Model.....	44
3.7.2 Inner Model.....	46
3.8 Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Objek Penelitian	50
4.2 Karakteristik Responden	50
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	54
4.3.1 Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i>	55
4.3.2 Variabel <i>Competitive Advantage</i>	55
4.3.3 Variabel <i>Technological Turbulence</i>	56
4.3.4 Variabel <i>Business Performance</i>	57
4.4 Analisis Inferensial.....	57
4.4.1 Outer Model.....	57
4.4.2 Inner Model.....	62
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	65
4.5.1 <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Business Performance</i>	67
4.5.2 <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i>	68
4.5.3 <i>Competitive Advantage</i> terhadap <i>Business Performance</i>	68

4.5.4 Competitive Advantage memediasi hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Business Performance</i>	68
4.5.5 Technological Turbulence memoderasi hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap <i>Business Performance</i>	69
4.6 Pembahasan.....	69
4.6.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> (x) terhadap <i>Business Performance</i> (z)	
.....	71
4.6.2 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> (x) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (y1).....	71
4.6.3 Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> (y1) terhadap <i>Business Performance</i> (z) ..	72
4.6.4 Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> (y1) memediasi hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> (x) terhadap <i>Business Performance</i> (z)	72
4.6.5 Pengaruh <i>Technological Turbulence</i> (y2) memoderasi hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> (x) terhadap <i>Business Performance</i> (z).....	73
4.7 Implikasi	73
4.7.1 Implikasi Teoritis	73
4.7.2 Implikasi Praktis.....	74
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86