

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PRAKATA	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.4 Kontribusi Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	7
2.2 Pengertian Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>).....	7
2.3 Pengertian <i>Entrepreneurial Marketing</i>	8
2.4 Dimensi – dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i>	9
2.5 Kepuasan Konsumen.....	12
2.6 Penelitian Terdahulu.....	14
2.7 Kerangka Berpikir.....	17
2.8 Hipotesis Penelitian.....	17
BAB III. METODOLOGI	18
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	18
3.2 Jenis Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian.....	20
3.4 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran.....	22
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	22
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	26
3.7 Metode Analisis Data.....	26
3.8 Statistik Deskriptif.....	26
3.9 Uji Kualitas Data.....	27
3.9.1 Uji Validitas Data.....	27
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.10.1 Uji Normalitas.....	27
3.10.2 Uji Multikolinearitas.....	28

3.10.3 Uji Heterokedastisitas	28
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.12 Uji Hipotesis	29
3.12.1 Uji T (Uji Parsial).....	29
3.12.2 Uji F (Uji Simultan).....	29
3.13 Uji Koefisien Determinasi.....	30
BAB IV DESAIN DAN SISTEM	31
4.1 Keadaan Umum Obyek Penelitian.....	31
4.2 Keadaan Awal Sistem atau Produk	32
4.2.1 Strategi Pemasaran.....	32
4.2.2 Produk.....	32
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Karakteristik Responden	34
5.1.1 Usia	34
5.1.2 Jenis Kelamin	35
5.1.3 Pekerjaan	35
5.2 Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian.....	36
5.2.1 Deskriptif Variabel Orientasi Peluang (X1)	36
5.2.2 Deskripsi Variabel Fokus Pada Pelanggan (X2)	37
5.2.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	38
5.3 Uji Kualitas Data.....	39
5.3.1 Analisis Uji Validitas.....	39
5.3.2 Analisis Uji Reliabilitas	40
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	41
5.4.1 Uji Normalitas	41
5.4.2 Uji Multikolinearitas.....	42
5.4.3 Uji Heterokedastisitas	42
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
5.6 Uji Hipotesis	44
5.6.1 Uji T	44
5.6.2 Uji F	45
5.7 Uji Koefisien Determinasi	45
5.8 Pembahasan	46
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	49
6.1 Kesimpulan.....	49
6.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 3.1 Ruang Kelas Kresna	18
Gambar 3.2 Maps Kresna Kampung Inggris Pare.....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	32
Gambar 4.2 Program Reguler Offline dan Online.....	32
Gambar 4.3 Program Asrama	33
Gambar 5.1 Data Usia Responden	34
Gambar 5.2 Data Kelamin Responden.....	35
Gambar 5.3 Data Pekerjaan Responden	35
Gambar 5.4 Hasil Uji Normal P-P Plot.....	41
Gambar 5.5 Hasil Uji Grafik Scatter Plot	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penerapan Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i> oleh Kresna	1
Tabel 1.2 Pra Kepuasan Konsumen	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan	19
Tabel 3.2 Jumlah Siswa Kresna Kampung Inggris Pare di Tahun 2019 sampai dengan 2023.....	20
Tabel 3.3 Skala Likert	22
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel 5.1 Hasil Kuesioner Variabel Orientasi Peluang (X1)	36
Tabel 5.2 Hasil Kuesioner Variabel Fokus Pada Pelanggan (X2).....	37
Tabel 5.3 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	38
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	40
Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	40
Tabel 5.6 Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov	41
Tabel 5.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 5.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	43
Tabel 5.9 Hasil Uji t Parsial	44
Tabel 5.10 Hasil Uji F.....	45
Tabel 5.11 Hasil Koefisien Determinasi.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2. Rekapitulasi Data	56
Lampiran 3. R_Tabel	59
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	60
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	61
Lampiran 6. Hasil Uji Klasik	62
Lampiran 7. Hasil Regresi Linier Berganda	63
Lampiran 8. Hasil Uji t (Parsial)	63
Lampiran 9. Hasil Uji F (Simultan)	64
Lampiran 10. Hasil Uji Determinasi	64