

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
ملخص	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	20
C. Tujuan Penelitian.....	21
D. Manfaat Penelitian.....	21
E. Hasil Penelitian Terdahulu	22
F. Kerangka Pemikiran	28
G. Hipotesis Penelitian	36
BAB II KAJIAN LITERATUR	38
A. Kebangkitan Spiritual (<i>Spiritual Awakening</i>).....	38
B. Orientasi Pasar (<i>Market Orientation</i>).....	47
C. Modal Usaha (<i>Business Capital</i>).....	52
D. <i>Sustainable Competitive Advantage</i> (Daya Saing Keberlanjutan)	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	76
A. Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian.....	76
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	80
C. Operasional Variabel	81
D. Teknik Pengumpulan Data	90
E. Populasi Dan Sampel.....	92
F. Metode Pengujian dan Analisis Data.....	94

G. Metode Pengujian Data	95
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	107
A. Deskripsi Data	107
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	107
2. Gambaran Umum Responden.....	109
3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	114
4. Analisis Hasil Penelitian.....	135
5. Analisis Hasil SEM PLS.....	138
6. Pengujian Hipotesis Penelitian	151
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	161
1. Pengaruh <i>Spiritual Awakening</i> terhadap <i>Business Capital</i> pada usaha skala mikro di Indonesia.....	161
2. Pengaruh <i>Spiritual Awakening</i> terhadap <i>Sustainable Competitive Advantage</i> pada usaha skala mikro di Indonesia	165
3. Pengaruh <i>Spiritual Awakening</i> melalui <i>Business Capital</i> terhadap <i>Sustainable Competitive Advantage</i> pada usaha skala mikro.....	169
4. Pengaruh <i>Market Orientation</i> terhadap <i>Business Capital</i> pada usaha skala mikro	172
5. Pengaruh <i>Market Orientation</i> terhadap <i>Sustainable Competitive Advantage</i> pada usaha skala mikro di Indonesia	176
6. Pengaruh <i>Market Orientation</i> melalui <i>Business Capital</i> terhadap <i>Sustainable Competitive Advantage</i> pada usaha skala mikro di Indonesia.....	179
7. Pengaruh <i>Business Capital</i> terhadap <i>Sustainable Competitive Advantage</i> pada usaha skala mikro di Indonesia	182
C. Penawaran Gagasan	185
D. Kebaruan dan Orisinalitas Penelitian	232
BAB V PENUTUP	261
A. Kesimpulan.....	261
B. Saran	263
DAFTAR PUSTAKA	265

LAMPIRAN.....	279
RIWAYAT HIDUP.....	330

