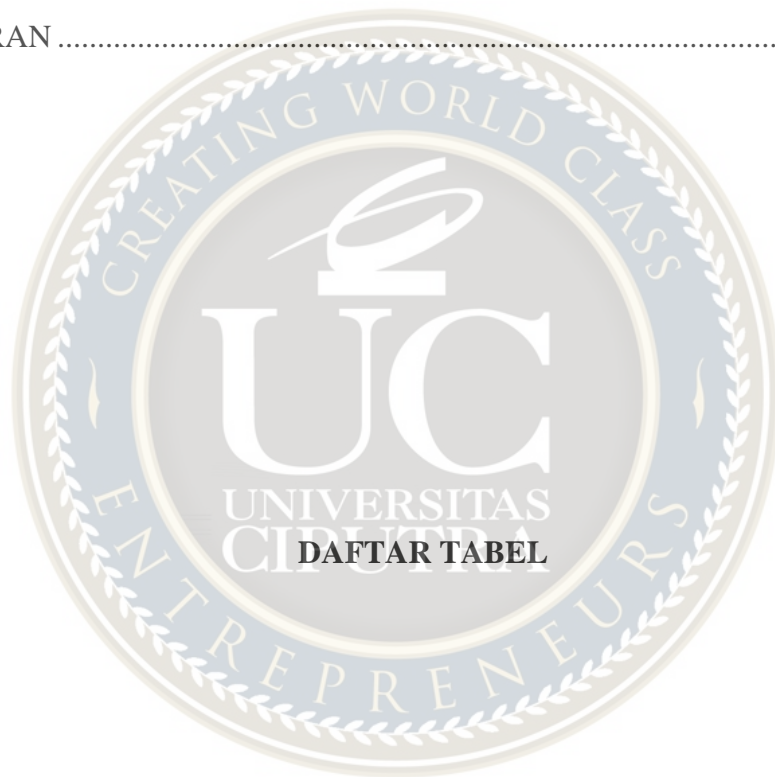


DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A.....	Lat
ar Belakang.....	1
B.....	Ru
musan Masalah.....	7
C.....	Tuj
uan Laporan.....	7
D.....	Ma
nfaat Laporan.....	7

	E.....	Lin
	gkup Permasalahan.....	8
BAB 2	TINJAUAN PUSTAKA	
	A.....	Kar
	akter Entrepreneur	9
	B.....	Pas
	sion.....	13
	C.....	Pers
	istent.....	25
	D.....	Ind
	ustri Kreatif.....	30
BAB 3	METODE PELAPORAN	
	A.....	Met
	ode dan Proses Pengumpulan Data.....	41
	B.....	Vali
	ditas dan Realibilitas Laporan	45
	C.....	Tah
	apan Analisa Data	47
	D.....	Ker
	angka Konseptual.....	49
	E.....	Mo
	del Analisis Data.....	50
BAB 4	SEJARAH DAN PEMBAHASAN	

A. Profil Perusahaan	51
B. Sejarah dan Pembahasan	52
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
A. SIMPULAN	84
B. SARAN	87
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan antara GKT dengan brand Merchandise Surabaya lain	4
Tabel 2.1 Indikator <i>Passion</i> pada tahap keberlangsungan perusahaan	16
Tabel 2.2 Perbedaan antara Pekerjaan dengan Karier	18
Tabel 2.3 Indikator <i>Persitent</i> pada keberlangsungan perusahaan	26
Tabel 2.4 Sektor Industri di Indonesia	31

Tabel 2.5 Perbandingan Kontribusi PDB Sektor Industri Nasional 2006-2008...	32
Tabel 2.6 Perbandingan Persentase dan Rata-Rata Nilai (Milliar Rp)	
Kontribusi PDB 2006-2008	32
Tabel 2.7 Perbandingan Kontribusi PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Surabaya Sektor Industri 2009-2010	33
Tabel 2.8 Perbandingan Kontribusi Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Industi Nasional 2006-2008	34
Tabel 2.9 Perbandingan kontribusi industri kreatif terhadap PDB di beberapa negara	35
Tabel 2.10 Perbandingan Kontribusi PDB 14 Subsektor Industri Kreatif 2006-2008	37
Tabel 2.11 Kontribusi sub sektor fesyen terhadap perekonomian Indonesia 2009	38
Tabel 3.1 Indikator karakter <i>passion</i> pada tahap keberlangsungan perusahaan...	48
Tabel 3.2 Indikator karakter <i>persistent</i> pada tahap keberlangsungan perusahaan.	48
Tabel 4.1 Identifikasi Peran Karakter <i>Passion</i> pada Semester 3	63
Tabel 4.2 Identifikasi Peran Karakter <i>Persistent</i> pada Semester 3	64
Tabel 4.3 Perjanjian Kerjasama Hotel dengan GKT	67
Tabel 4.4 Identifikasi Peran Karakter <i>Passion</i> pada Semester 4	72
Tabel 4.5 Identifikasi Peran Karakter <i>Persistent</i> pada Semester 4	73
Tabel 4.6 Identifikasi Peran Karakter <i>Passion</i> pada Semester 5	79
Tabel 4.7 Identifikasi Peran Karakter <i>Persistent</i> pada Semester 5	79
Tabel 4.8 Identifikasi Peran Karakter <i>Passion</i> pada Semester 6	83

Tabel 4.9 Identifikasi Peran Karakter *Passion* pada Semester 6.....83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 3.2 Model Analisis Data	50



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran Proposal Kerja Sama.....	96
Lampiran Surat Perjanjian Kerja Sama	103
Lampiran Media yang Berhubungan dengan Marketing GKT.....	116
Lampiran Dokumentasi GKT	124
Laporan Pendukung Keberlangsungan Usaha GKT.....	136
Laporan Worksheet	150
Lampiran Lembar Revisi Skripsi.....	180

