

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Bidang Akademis.....	8
1.6.2 Bidang Praktis	8
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Entrepreneurship</i>	11
2.1.2 <i>Bisnis Model</i>	12
2.1.3 <i>The Business Model Canvas</i>	12
2.1.4 Analisis SWOT	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21

2.2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	21
2.2.2	Kesimpulan Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	26
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1	Karakteristik Penelitian	29
3.2	Variabel Penelitian.....	30
3.3	Tahapan Penelitian	32
3.4	Situasi Sosial dan Sampel	34
3.4.1	Situasi Sosial	34
3.4.2	Sampel	35
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	35
3.6	Uji Keabsahan	37
3.7	Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Karakteristik Responden	41
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	39
4.2.1	<i>Customer Segments</i>	42
4.2.2	<i>Value Propositions</i>	43
4.2.3	<i>Channels</i>	45
4.2.4	<i>Customer Relationships</i>	46
4.2.5	<i>Revenue Streams</i>	48
4.2.6	<i>Key Resources</i>	49
4.2.7	<i>Key Activities</i>	50
4.2.8	<i>Key Partners</i>	51
4.2.9	<i>Cost Structure</i>	52
4.3	Matrix SWOT dan Rekomendasi BMC baru Kafe <i>Fruiteaholic</i>	56
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	64