

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Fokus Penelitian	11
1.4 Identifikasi Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian	11
a. Kegunaan Teoritis	11
b. Kegunaan Praktis	12
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan	12
a. BAB I PENDAHULUAN	12
b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12

c.	BAB III METODE PENELITIAN	12
d.	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	13
e.	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	13
	BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1	Kajian Teori.....	14
2.1.1	Model Bisnis	14
2.1.2	Segmentasi Pasar	17
2.1.3	Persepsi Konsumen.....	18
2.1.4	Strategi Bisnis	20
2.1.5	Profil Konsumen	21
2.1.6	Peta Empati	22
2.1.7	<i>Value Propotition</i>	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran	35
	BAB III	39
	METODE PENELITIAN.....	39
3.1	Paradigma Penelitian	39
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	40
3.2.1	Subjek Penelitian	40
3.2.2	Objek Penelitian.....	40
3.3	Lokasi Penelitian	40
3.4	Unit Analisis Data	41
3.5	Informan Kunci	42
3.6	Teknik Pengumpulan data	43
3.6.1	Data Primer	43
3.6.2	Data Sekunder.....	46

3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Analisis Sebelum ke Lapangan.....	46
3.7.2 Analisis Data di Lapangan.....	47
3.8 Keabsahan Data.....	50
3.8.1 Uji Kredibilitas Penelitian	50
3.8.2 Uji <i>Transferbility</i>	51
3.8.3 Uji <i>Depenability</i>	51
3.8.4 Uji <i>Confirmability</i>	52
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4. 1 Karakteristik Informan	53
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.3 Pembahasan	125
4.4 Pembahasan Peta Empati dan Rekomendasi	130
BAB V.....	145
KESIMPULAN DAN SARAN.....	145
5.1 Kesimpulan.....	145
5.2 Saran.....	146
5.2.1 Saran Kepada Pihak <i>Startup</i> Manen.ID.....	147
5.2.2 Saran Kepada Peneliti Selanjutnya	148
DAFTAR PUSTAKA	149
DAFTAR LAMPIRAN	xv