

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Fokus Penelitian.....	8
1.4 Identifikasi Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6.1 Aspek Teoritis.....	8
1.6.2 Aspek Praktis.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	11

2.1.1	Pemasaran.....	11
2.1.2	Segmentasi dan Targeting.....	11
2.1.3	Peta Empati.....	12
2.1.4	Profil Konsumen.....	16
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		43
3.1	Paradigma Penelitian.....	43
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	44
3.2.1	Subjek Penelitian.....	44
3.2.2	Objek Penelitian.....	44
3.3	Lokasi Penelitian.....	44
3.4	Unit Analisis Data.....	44
3.5	Informan Kunci.....	46
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6.1	Data Primer.....	47
3.6.2	Data Sekunder.....	50
3.7	Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1	Analisis Sebelum Lapangan.....	50
3.7.2	Analisis Data di Lapangan.....	51
3.8	Keabsahan Data.....	54
3.8.1	Uji Kredibilitas Penelitian.....	54

3.8.2 Uji <i>Transferbility</i>	56
3.8.3 Uji <i>Dependendability</i>	57
3.8.4 Uji <i>Confirmbility</i>	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Karakteristik Informan.....	59
4.2 Pembahasan.....	70
4.3 Penjelasan Peta Empati dan Rekomendasi.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Kepada Pihak <i>Startup</i> LatihID.....	98
5.2.2 Saran Kepada Peneliti Selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	101