

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Latar Belakang</b> .....	2
<b>1.3 Perumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.4 Pertanyaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.5 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>1.6.1 Bidang Akademis</b> .....	6
<b>1.6.2 Bidang Praktis</b> .....	7
<b>1.7 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	7
<b>1.8 Sistematika Penulisan</b> .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	9
<b>2.1.1 Manajemen Strategis</b> .....	9
<b>2.1.2 The Business Model Canvas</b> .....	9
<b>2.1.3 Analisis SWOT</b> .....	16
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	18

2.3	<b>Kerangka Pikir Penelitian</b>	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		21
3.1	<b>Karakteristik Penelitian</b>	21
3.2	<b>Variabel Penelitian</b>	21
3.3	<b>Tahapan Penelitian</b>	24
3.4	<b>Situasi Sosial dan Sampel</b>	25
3.4.1	<b>Situasi Sosial</b>	25
3.4.2	<b>Sampel</b>	26
3.5	<b>Pengumpulan Data</b>	26
3.6	<b>Uji Keabsahan</b>	28
3.7	<b>Teknik Analisis Data</b>	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		33
4.1	<b>Karakteristik Responden</b>	33
4.2	<b>Hasil Penelitian</b>	34
4.3	<b>Pembahasan Hasil Penelitian</b>	36
4.3.1	<b>Customer Segments</b>	36
4.3.2	<b>Value Propositions</b>	37
4.3.3	<b>Channels</b>	40
4.3.4	<b>Customer Relationships</b>	41
4.3.5	<b>Revenue Streams</b>	42
4.3.6	<b>Key Resources</b>	43
4.3.7	<b>Key Activities</b>	44
4.3.8	<b>Key Partners</b>	45
4.3.9	<b>Cost Structure</b>	46
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		49
5.1	<b>Kesimpulan</b>	49
5.2	<b>Saran</b>	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		53
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		55