

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Segmen Pelanggan	11
2.1.2 <i>Marketplace</i>	12

2.1.3	<i>Value Proposition Canvas</i>	12
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Paradigma Penelitian.....	35
3.2	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	36
3.3	Lokasi Penelitian	36
3.4	Unit Analisis Penelitian.....	36
3.5	Informan Kunci	37
3.6	Pengumpulan Data Penelitian.....	38
3.7	Teknik Analisis Data	40
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Karakteristik Informan	48
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	<i>Customer Profile</i>	48
4.3.1	Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		73