

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Fokus Penelitian	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6.1 Aspek Teoritis.....	10
1.6.2 Aspek Praktis	10
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori	12

2.1.1 <i>Product Life Cycle</i>	12
2.1.2 Manajemen Strategis	13
2.1.3 <i>Business Model Canvas</i>	14
c. <i>Segmented</i> (Pasar Tersegmentasi)	15
d. <i>Diversified</i> (Diversifikasi Pasar)	15
e. <i>Multi-sided Platform</i> (Multi Pasar)	15
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Skripsi Terdahulu.....	22
2.2.2 Jurnal Nasional	24
2.2.3 Jurnal Internasional.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.2.1 Subjek Penelitian	31
3.2.2 Objek Penelitian.....	31
3.3 Lokasi Penelitian	31
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	31
3.5 Informan Kunci	32
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.8 Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Karakteristik Informan	36
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Eksisting.....	40
4.2.2 Analisis SWOT Terhadap <i>Business Model Canvas</i> HijabNyonya.....	47

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.3.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Setelah Disesuaikan	49
4.4 Uji Keabsahan Data.....	51
4.4.1 Uji Kredibilitas	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54
5.2.1 Saran untuk HijabNyonya	54
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	60