

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERNYATAAN.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK	5
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Peneitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Aspek Akademis.....	8
1.6.2 Aspek praktis	8
1.7 Sistematika penulisan Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Value Proposition	10
2.1.2 Value Proposition Design.....	11
2.1.2.1 Profil Konsumen / <i>Customer Profile</i>	12
2.1.2.2 Value Map	13
2.1.2.3 Fitting	14
2.1.3 Pengertian UMKM	15
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24

3.2	Operasional Variabel.....	26
3.3	Tahapan Penelitian	32
3.4	Situasi Sosial	33
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	35
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas	36
3.7	Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Karakteristik Narasumber	42
4.2	Hasil Penelitian	44
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.3.1	<i>Customer Profile</i>	62
4.3.2	Hasil Analisis Tingkat Prioritas <i>Pains</i> dan <i>Gains</i>	69
4.3.3	Value Map	74
4.3.4	Fitting	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		93