

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR TABEL	6
LEMBAR PERSEMBAHAN	6
KATA PENGANTAR	8
BAB I	
PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang Penelitian	9
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Rangkuman Teori	14
2.2 Kerangka Pemikiran dan Asumsi	23
2.2.1 Kerangka Pemikiran	23
2.2.2 Asumsi Penelitian	25
2.3 Penelitian Terdahulu	25
2.3.1 Uraian Abstrak Penelitian Terdahulu	25
2.3.2 Matriks Perbandingan Penelitian Terdahulu	27
2.3.3 Rangkuman Hasil Perbandingan	28
BAB III	
METODE PENELITIAN	29
3.1 Fokus Penelitian	29
3.2 Pendekatan Penelitian dan Perancangan	29
3.3 Populasi dan sampel	32
3.3.1 Penentuan Sampel Objek	32
3.3.2 Penentuan Narasumber	33
3.3.3 Penentuan Responden	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1 Observasi	34
3.4.2 Wawancara	34
3.4.3 Kuesioner	34
3.5 Tahapan Penelitian	36
BAB IV	
HASIL PENELITIAN` DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Objek Penelitian	37
4.1.1 Internal	37

A. Mitra Agree Mart	37
B. Voucher Agree Mart	38
4.1.2 Eksternal	40
4.2 Data Hasil Penelitian	44
4.2.2 Data Hasil Observasi Aplikasi Agree Mart	45
4.2.2 Data Hasil Observasi Batasan Wilayah Penelitian	50
4.2.3 Data Hasil Observasi Pedagang Sayur Tradisional	52
4.2.4 Data Hasil Wawancara	53
4.2.5 Data Hasil Kuesioner	55
4.3 Analisis Data Perancangan	62
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.4.1 Aplikasi Teori Mix Marketing	66
4.4.2 Aplikasi Teori Tempat Sentral	68
4.4.3 Aplikasi Teori Service Design	70
BAB V	
KESIMPULAN & SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83