

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1 Aspek Teoritis	18
1.5.2 Aspek Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	18
1.6.1 BAB I PENDAHULUAN	18
1.6.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN.....	19
1.6.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	19
1.6.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu	20
2.1.1 Strategi	20
2.1.2 Strategi Pemasaran Digital	21
2.1.3 <i>Design Thinking</i>	22
2.1.4 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40

3.2	Operasional Variabel.....	42
3.3	Tahapan Penelitian	50
3.4	Situasi Sosial	51
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	54
	3.5.1 Data Primer	54
	3.5.2 Data Sekunder	54
3.6	Uji Validitas	55
	3.6.1 <i>Credibility</i>	55
	3.6.2 <i>Transferability</i>	58
	3.6.3 <i>Depenability</i>	58
	3.6.4 <i>Confirmabilty</i>	58
3.7	Teknik Analisis Data.....	59
	3.7.1 <i>Data Collection</i> (Pengumpulan Data)	59
	3.7.2 <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data).....	60
	3.7.3 <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	61
	3.7.4 <i>Conclusion Drawing/Verification</i>	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Karakteristik Narasumber	63
4.2	Hasil Penelitian	64
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	76
	4.3.1 <i>Emphaty</i>	76
	4.3.2 <i>Define</i>	91
	4.3.3 <i>Ideate</i>	95
	4.3.4 <i>Prototype</i>	98
	4.3.5 <i>Test</i>	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .. Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN.....		118