

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
INTISARI .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Lingkup Penelitian .....	9
1.7 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II .....	11
2.1 Model Bisnis .....	11
2.2 Kanvas Model Bisnis .....	11
2.2.1 Segmen Pelanggan .....	12
2.2.2 Proposisi Nilai .....	13
2.2.2.1 Sifat Kebaruan ( <i>Newness</i> ) .....	13
2.2.2.2 Kualitas ( <i>Performance</i> ) .....	14
2.2.2.3 Penyesuaian ( <i>Customization</i> ) .....	14
2.2.2.4 Menyelesaikan Pekerjaan ( <i>Getting The Job Done</i> ) .....	15
2.2.2.5 Desain ( <i>Design</i> ) .....	15
2.2.2.6 Merek ( <i>Brand</i> ) .....	16
2.2.2.7 Harga ( <i>Price</i> ) .....	16
2.2.2.8 Pengurangan Biaya ( <i>Cost Reduction</i> ) .....	17
2.2.2.9 Pengurangan Risiko ( <i>Risk Reduction</i> ) .....	17
2.2.2.10 Kemampuan dalam Mengakses ( <i>Accessibility</i> ) .....	17
2.2.2.11 Kenyamanan ( <i>Convenience</i> ) .....	18
2.2.3 Saluran .....	18
2.2.5 Arus Pendapatan .....	19
2.2.6 Sumber Daya Utama .....	19

2.2.7 Aktivitas Kunci.....	19
2.2.8 Kemitraan Utama.....	19
2.2.9 Struktur Biaya.....	20
2.3 Teori Nilai Konsumsi.....	20
2.4 Bisnis Kedai Kopi.....	21
BAB III.....	24
3.1 Lokasi Penelitian.....	24
3.2 Desain Penelitian.....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4.1 Metode Observasi.....	27
3.4.1.1 Observasi Awal: Identifikasi Titik Persebaran Kedai Kopi.....	28
3.4.1.2 Observasi Awal: Pemilihan Kedai Kopi.....	40
3.4.1.3 Observasi Langsung di Kedai Kopi.....	45
3.4.2 Metode Wawancara.....	45
3.4.3 Metode Survei Kuesioner.....	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1 Memahami Data.....	53
3.5.2 Menyusun Kode (Koding).....	53
3.5.3 Mencari Tema.....	54
BAB IV.....	56
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	56
4.1.1 Domisili.....	56
4.1.2 Jenis Kelamin.....	57
4.1.3 Umur.....	57
4.1.4 Riwayat Pendidikan.....	58
4.1.5 Jenis Pekerjaan.....	58
4.1.6 Jumlah Pendapatan/Uang Saku.....	59
4.1.7 Jumlah Pengeluaran.....	60
4.1.8 Intensitas Kunjungan ke Kedai Kopi.....	60
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Keragaman Proposisi Nilai pada Bisnis Kedai-Kedai Kopi di Sleman.....	63
4.3.2 Kesesuaian Proposisi Nilai pada Bisnis Kedai-Kedai Kopi di Sleman.....	65
4.3.3 Perbandingan Proposisi Nilai pada Bisnis Kedai-Kedai Kopi di Sleman.....	66
4.3.4 Elemen Proposisi Nilai pada Bisnis Kedai-Kedai Kopi di Sleman.....	68
4.3.5 Proposisi Nilai yang Menjadi Andalan Bisnis Kedai-Kedai Kopi.....	69
4.3.5.1 Lagani Coffee.....	69
4.3.5.2 Klinik Kopi.....	74
4.3.5.3 Dongeng Kopi.....	79
4.3.5.4 Blackbone Coffee.....	82



4.3.5.5 Sepakat Kopi .....	86
4.3.5.6 Aegis Coffee .....	90
4.3.5.7 Le Travail Coffee .....	94
4.3.5.8 Sua Coffee .....	97
4.3.5.9 English Ivy Coffee .....	101
4.3.5.10 Sebelas Coffee .....	104
4.3.5.11 Senja Kopi .....	108
4.3.5.12 Eternity Coffee .....	111
4.3.5.13 Kopi Hyra .....	116
4.3.5.14 Teduh Coffee .....	120
4.3.5.15 Homwok Coffee .....	122
4.3.5.16 Aming Coffee .....	126
4.3.5.17 Skulen Coffee .....	130
4.3.5.18 Lineal Coffee .....	133
BAB V .....	138
5.1 Simpulan .....	138
5.2 Implikasi .....	139
5.3 Keterbatasan .....	140
5.4 Saran .....	141
DAFTAR PUSTAKA .....	142
LAMPIRAN .....	148