

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.6. Lingkup Penelitian.....	14
1.7. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1. <i>Two Strategic Logics</i>	16
2.2. Diferensiasi Produk.....	19
2.3. Kerangka Kerja Empat Langkah.....	21
2.4. Penelitian Terdahulu.....	23
2.5. Kerangka Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Desain Penelitian.....	35
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	38

3.3. Instrumen Penelitian.....	41
3.4. Metode Analisis Data.....	42
3.5. Profil Kasus.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Deskripsi Data.....	47
4.2. Profil Narasumber Penelitian.....	49
4.3. Observasi Penelitian.....	51
4.4. <i>Two Strategic Logics</i>	53
4.5. Diferensiasi Produk.....	58
4.6. Kerangka Kerja Empat Langkah.....	60
4.7. Pembahasan.....	63
BAB V SIMPULAN.....	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Implikasi Hasil Penelitian.....	72
5.3. Keterbatasan.....	73
5.4. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. <i>Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth</i>	17
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 4.1. Data Volume Naik Turun Penumpang Tahun 2020 dan 2021.....	48
Tabel 4.2. Profil Narasumber Penelitian.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Inovasi Nilai: Batu-Pijak Strategi Samudera Biru.....	18
Gambar 2.2. Kerangka Kerja Empat Langkah.....	23
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Peneliti.....	34
Gambar 3.1. Gambaran Umum Proses Analisis Konten.....	43
Gambar 3.2. Logo PT Kereta Api Indonesia (KAI).....	45