

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x
Intisari	xi
Abstract	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	15
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II	20
2.1 Desain Jasa.....	20
2.2 Customer Experience	26
2.3 Mark The Barber Yogyakarta	40
2.4 Kajian Terdahulu Mengenai <i>Barbershop</i>	45
BAB III.....	48
3.1 Paradigma Penelitian	48

3.2 Pendekatan Penelitian	48
3.3 Unit Analisis Penelitian	50
3.4 Metode Penelitian	50
3.5 Strategi Penelitian	55
3.6 Horizon Waktu Penelitian.....	56
3.7 Metode Analisis Data Penelitian.....	58
3.8 Kualitas Penelitian	61
BAB IV	63
4.1 Alur Jasa Mark The Barber Yogyakarta	63
4.2 Pengalaman Konsumen Mark The Barber Yogyakarta	69
4.2.1 Komponen <i>sense</i>	70
4.2.2 Komponen <i>feel</i>	86
4.2.3 Komponen <i>think</i>	99
4.2.4 Komponen <i>act</i>	112
4.2.5 Komponen <i>relate</i>	122
BAB V.....	129
5.1 Simpulan	129
5.2 Implikasi Manajerial	130
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	132
Daftar Pustaka.....	133
Lampiran 1	136
Lampiran 2	138
Lampiran 3	140
Lampiran 4	143
Lampiran 5	248
Lampiran 6	270

Daftar Tabel

1.1	Jumlah pengunjung Mark The Barber Yogyakarta 2022-2023	8
3.1	Pertanyaan wawancara (perusahaan)	52
3.2	Pertanyaan wawancara (konsumen)	53
3.3	Linimasa pengerjaan penelitian	58

Daftar Gambar

1.1	Jumlah pengunjung Mark The Barber Yogyakarta	9
1.2	Jumlah pengunjung Mark The Barber Yogyakarta (gabungan)	10
4.1	Tampak depan gedung dari jalanan	64
4.2	Lokasi ruang Mark The Barber beserta dua usaha lainnya	64
4.3	Tampak dalam ruangan Mark The Barber	65
4.4	Bagan hasil wawancara berdasarkan komponen SENSE	71
4.5	Tampilan interior Mark The Barber	72
4.6	Tampilan shampoo chair di ruang Mark The Barber dan motor pajangan di ruang tunggu bersama	76
4.7	Tampilan ruang tunggu bersama beserta toiletnya	77
4.8	Tampilan teras bersama	84
4.9	Bagan hasil wawancara berdasarkan komponen FEEL	87
4.10	Bagan hasil wawancara berdasarkan komponen THINK	100
4.11	Bagan hasil wawancara berdasarkan komponen ACT	113
4.12	Papan nama barbershop terhalang pepohonan serta tidak adanya	114
4.13	Kursi berlebih yang tidak digunakan di dalam ruangan	120
4.14	Bagan hasil wawancara berdasarkan komponen RELATE	122

Daftar Lampiran

- 1 Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara
- 2 Lampiran 2 Pedoman Wawancara (Perusahaan)
- 3 Lampiran 3 Pedoman Wawancara (Konsumen)
- 4 Lampiran 4 Verbatim Wawancara 16 Informan
- 5 Lampiran 5 Buku Kode (Codebook)
- 6 Lampiran 6 Dokumentasi Pengerjaan Melalui ATLAS.ti Versi 9.1.30