

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	5
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Keaslian Penelitian	9
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	10
1.9 Sistematika Penulisan Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Waralaba.....	12
2.1.1 Definisi Waralaba.....	12
2.1.2 Kelebihan Metode Waralaba.....	16
2.1.3 Kelemahan Metode Waralaba.....	17
2.1.4 Dasar Hukum Waralaba	18
2.2 Model Bisnis.....	19

2.3	Kanvas Model Bisnis.....	21
2.3.1	Segmen Pelanggan	22
2.3.2	Proporsi Nilai	24
2.3.3	Saluran.....	27
2.3.4	Hubungan Pelanggan	28
2.3.5	Aliran Pendapatan	30
2.3.6	Sumber Daya Utama	31
2.3.7	Aktivitas Utama	32
2.3.8	Mitra Kunci	33
2.3.9	Struktur Biaya	34
2.4	Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan	35
2.5	Penelitian Terdahulu.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Definisi Operasional Variabel	42
3.3	Populasi dan Sampel.....	43
3.4	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.5.1	Validitas dan Reliabilitas	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Proses Bisnis Impresive Barbershop	56
4.2	Karakteristik Pelanggan Impresive Barbershop	58
4.2.1	Hasil Interpretasi Kuesioner Konsumen Impresive Barbershop	60
4.3	Pemetaan Variabel Pembentuk Kanvas Model Bisnis Berjalan.....	62
4.3.1	Uji Reliabilitas	66
4.3.2	Kanvas Model Bisnis Berjalan Impresive Barbershop	67
4.3.3	Hasil <i>In-Depth Interview</i> dengan Pemilik dan Peminat Waralaba Barbershop	69

4.3.4 Rancangan Pengembangan Kanvas Model Bisnis Impresive Barbershop	72
4.3.5 Strategi Penetapan Harga Waralaba.....	73
4.3.6 Alur Proses Bisnis Waralaba Barbershop	78
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Implikasi	82
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Kunjungan Konsumen Impresive Barbershop	4
Gambar 1.2	Data Laba Impresive Barbershop.....	4
Gambar 2.1	Kanvas Model Bisnis	22
Gambar 3.1	Desain Penelitian	42
Gambar 4.1	Alur Proses Bisnis Impresive Barbershop	57
Gambar 4.2	Kanvas Model Bisnis Impresive Barbershop.....	69
Gambar 4.3	Kanvas Model Bisnis Baru berdasarkan Wawancara	73
Gambar 4.4	Alur Proses Bisnis dengan Model Bisnis Waralaba	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Klasifikasi Jenis Usaha Berdasarkan UU No 20 Tahun 2008.....	1
Tabel 1.2	Daftar Barbershop Wilayah Sekitar	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Ringkasan Metode Pengumpulan Data	47
Tabel 3.2	Rentang Interval Skala Likert	47
Tabel 3.3	Uraian Wawancara pada Pemilik Waralaba Barbershop	50
Tabel 3.4	Uraian Wawancara pada Peminat Waralaba Barbershop.....	50
Tabel 3.5	Variabel dan Dimensi Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 3.6	Variabel dan Dimensi Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 3.7	Variabel dan Dimensi Kepercayaan Pelanggan	54
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian (n=121).....	59
Tabel 4.2	Tabulasi Kuesioner Kepuasan Pelanggan (n=121)	61
Tabel 4.3	Kanvas Model Bisnis berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 4.4	Kanvas Model Bisnis berdasarkan Variabel Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 4.5	Kanvas Model Bisnis berdasarkan Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	64
Tabel 4.6	Uji Reabilitas Variabel	67
Tabel 4.7	Hasil Wawancara dengan Pemilik Waralaba	70
Tabel 4.8	Hasil Wawancara dengan Peminat Waralaba.....	71
Tabel 4.9	Paket Waralaba A.....	74
Tabel 4.10	Paket Waralaba B	75
Tabel 4.11	Paket Waralaba C	77