

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	i
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 MASALAH PENELITIAN	5
1.3 PHENOMENON GAP	9
1.4 RESEARCH GAP	10
1.5 RUMUSAN MASALAH	11
1.6 TUJUAN PENELITIAN	11
1.7 MANFAAT PENELITIAN.....	12
TINJAUAN LITERATUR	13
2.1 BISNIS KELUARGA	13
2.1.1 BUDAYA.....	14
2.2 PORTER'S FIVE FORCES	15

2.3 KEUNGGULAN KOMPETITIF	19
2.3.1 PORTER'S GENERIC STRATEGIES.....	21
2.3.2 VRIO.....	23
2.4 LOKASI BISNIS	26
2.5 PENGALAMAN	27
2.6 KEPERCAYAAN.....	28
METODE PENELITIAN	29
3.1 PENDAHULUAN	29
3.2 PARADIGMA PENELITIAN	29
3.3 STRATEGI PENELITIAN.....	31
3.4 DESAIN PENELITIAN	32
3.5 VALIDITAS DAN REALIBILITAS	50
3.6 OBJEKTIVITAS	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 PENDAHULUAN	53
4.2 DEFINISI VARIABEL LATEN	53
4.2.1 PENGALAMAN KERJA (VARIABEL 1) (V1).....	54
4.2.2 PELUANG WIRAUSAHA (VARIABEL 2) (V2).....	55
4.2.3 REPUTASI (VARIABEL 3) (V3)	55
4.2.4 LOKASI RAMAI (VARIABEL 4) (V4)	56
4.2.5 ORISINALITAS PRODUK (VARIABEL 5) (V5).....	57
4.2.6 KERAGAMAN PRODUK (VARIABEL 6) (V6)	58
4.2.7 KELENGKAPAN PRODUK (VARIABEL 7) (V7)	59
4.2.8 DIVERSIFIKASI LAYANAN (VARIABEL 8) (V8).....	59
4.2.9 LAYANAN PRIMA (VARIABEL 9) (V9).....	60
4.2.10 HARGA BERSAING (VARIABEL 10) (V10)	61

4.2.11 KEPERCAYAAN KONSUMEN (VARIABEL 11) (V11).....	62
4.2.12 KEPERCAYAAN DISTRIBUTOR (VARIABEL 12) (V12).....	63
4.2.13 LINGKUNGAN KERJA KELUARGA (VARIABEL 13) (V13).....	64
4.2.14 KINERJA EFESIEN (VARIABEL 14) (V14)	65
4.2.15 STRATEGI DIGITAL TRANSFORMASI (VARIABEL 15) (V15)	65
4.2.16 PENGALAMAN BERBELANJA DITEMPAT (VARIABEL 16) (V16)	66
4.2.17 KEPERCAYAAN KARYAWAN TERHADAP PEMILIK (VARIABEL 17) (V17).....	67
4.2.18 PROTOKOL KESEHATAN (VARIABEL 18) (V18).....	68
4.2.19 KEUNGGULAN KOMPETITIF (VARIABEL 19) (V19)	69
4.3 PROPOSISI.....	69
4.3.1 PROPOSISI (P1): PENGALAMAN KERJA (V1) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	69
4.3.2 PROPOSISI (P2): PELUANG WIRAUSAHA (V2) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	71
4.3.3 PROPOSISI (P3): REPUTASI (V3) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	73
4.3.4 PROPOSISI (P4): LOKASI RAMAI (V4) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	75
4.3.5 PROPOSISI (P5): ORISINALITAS PRODUK (V5) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	77
4.3.6 PROPOSISI (P6): KERAGAMAN PRODUK (V6) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	80
4.3.7 PROPOSISI (P7): KELENGKAPAN PRODUK (V7) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	82
4.3.8 PROPOSISI (P8): DIVERSIFIKASI LAYANAN (V8) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	85
4.3.9 PROPOSISI (P9): LAYANAN PRIMA (V9) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	87
4.3.10 PROPOSISI (P10): HARGA BERSAING (V10) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	91
4.3.11 PROPOSISI (P11): KEPERCAYAAN KONSUMEN (V11) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	93

4.3.12 PROPOSISI (P12): KEPERCAYAAN DISTRIBUTOR (V12) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	96
4.3.13 PROPOSISI (P13): LINGKUNGAN KERJA KELUARGA (V13) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	98
4.3.14 PROPOSISI (P14): KINERJA EFESIEN (V14) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	101
4.3.15 PROPOSISI (P15): STRATEGI DIGITAL TRANSFORMASI (V15) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	104
4.3.16 PROPOSISI (P16): PENGALAMAN BERBELANJA DITEMPAT (V16) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	108
4.3.17 PROPOSISI (P17): KEPERCAYAAN KARYAWAN TERHADAP PEMILIK (V17) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20).....	110
4.3.18 PROPOSISI (P18): PROTOKOL KESEHATAN (VARIABEL 18) BERKONTRIBUSI TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF (V20)	112
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	114
5.1 KESIMPULAN.....	114
5.2 LIMITASI DAN REKOMENDASI	117
5.3 IMPLIKASI PRAKTISI DAN AKADEMISI	117
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	129

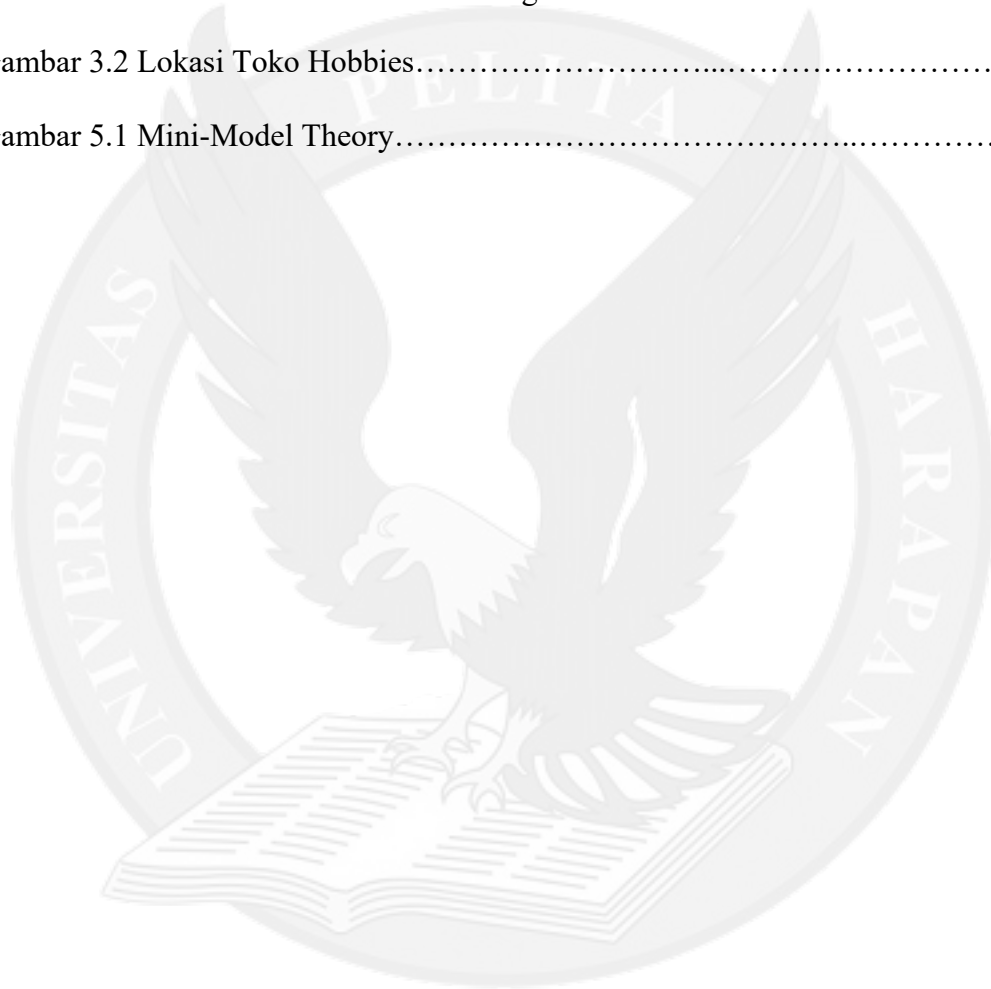
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Informan.....	33
--------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumen Hobbies Music & Hobbies Sound System.....	7
Gambar 2.1 Model Porter's Generic Strategies.....	20
Gambar 3.1 Model Porter's Generic Strategies.....	30
Gambar 3.2 Lokasi Toko Hobbies.....	32
Gambar 5.1 Mini-Model Theory.....	113



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-I.....	i
Lampiran B-I.....	xi
Lampiran C-I.....	xxi
Lampiran D-I.....	xxx
Lampiran E-I.....	xxxiii
Lampiran F-I.....	xli
Lampiran G-I.....	xlviii
Lampiran H-I.....	iv
Lampiran I-I.....	ixiv
Lampiran J-I.....	lxxii
Lampiran K-I.....	lxxx
Lampiran L-I.....	lxxxvii
Lampiran M-I.....	xcvi
Lampiran N-I.....	cix