

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	V
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	VI
ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR TABEL	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Masalah Penelitian	5
1.2.1 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Bisnis Keluarga	11
2.1.1 Budaya	13
2.1.2 Kepercayaan.....	14
2.2 Industri Kebugaran Jasmani.....	15
2.3 Keunggulan Kompetitif.....	20
2.3.1 <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i>	22
2.3.2 <i>Porter's Five Forces</i>	24
2.3.3 Analisa VRIO.....	26
2.4 Keahlian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Strategi Penelitian	32
3.3 Desain Penelitian.....	36

3.4 Profil Informan.....	41
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Wawancara.....	52
3.5.2 Observasi.....	54
3.5.3 Catatan Lapangan.....	55
3.6 Analisis Data	55
3.7 Validitas dan Reliabilitas	57
3.7.1 Validitas	57
3.7.2 Reliabilitas	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Pembuka.....	60
4.2 Laten Variabel.....	60
4.2.1 Sejarah Perusahaan (Variabel 1) (V1).....	60
4.2.2 Pengalaman yang Mendukung (Variabel 2) (V2)	61
4.2.3 Keahlian Rehabilitas (Variabel 3) (V3)	62
4.2.4 Pengetahuan Pelatih (Variabel 4) (V4)	63
4.2.5 Detail-Oriented (Variabel 5) (V5)	64
4.2.6 Personalized Fitness Program (Variabel 6) (V6)	65
4.2.7 Hubungan yang Baik Antara Klien dan Pemilik (Variabel 7) (V7).....	65
4.2.8 Ketersediaan Alternatif Sesi Online (Variabel 8) (V8). 66	
4.2.9 Fleksibilitas Sesi (Variabel 9) (V9).....	67
4.2.10 Jiwa Kewirausahaan (Variabel 10) (V10).....	68
4.2.11 Disiplin dalam Berdoa (Variabel 11) (V11).....	69
4.2.12 Pendengar yang Baik (Variabel 12) (V12).....	69
4.2.13 Kepercayaan Klien dengan Pemilik (Variabel 13) (V13)	70
4.2.14 <i>Word-of-Mouth</i> (Variabel 14) (V14).....	71
4.2.15 <i>Family-Friendly</i> (Variabel 15) (V15)	72
4.2.16 <i>Reconnecting Customer</i> (Variabel 16) (V16)	73

4.2.17	<i>Full-Filling Needs (Variabel 17) (V17)</i>	73
4.2.18	<i>Educating Client (Variabel 18) (V18)</i>	74
4.2.19	Keunggulan Kompetitif (Variabel 19) (V19).....	74
4.3	Proposisi.....	75
4.3.1	Proposisi 1 (P1): Sejarah Perusahaan (V1) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	75
4.3.2	Proposisi 2 (P2): Pengalaman yang Mendukung (V2) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)..	77
4.3.3	Proposisi 3 (P3): Keahlian Rehabilitas (V3) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)..	79
4.3.4	Proposisi 4 (P4): Pengetahuan Pelatih (V4) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	81
4.3.5	Proposisi 5 (P5): Detail-Oriented (V5) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	83
4.3.6	Proposisi 6 (P6): Personalized Fitness Program (V6) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)..	85
4.3.7	Proposisi 7 (P7): Hubungan yang Baik Antara Klien dan Pemilik (V7) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	87
4.3.8	Proposisi 8 (P8): Ketersediaan Alternatif Sesi Online (V8) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	90
4.3.9	Proposisi 9 (P9): Fleksibilitas Sesi (V9) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	93
4.3.10	Proposisi 10 (P10): Jiwa Kewirausahaan (V10) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)..	95
4.3.11	Proposisi 11 (P11): Disiplin dalam Berdoa (V11) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)..	96
4.3.12	Proposisi 12 (P12): Pendengar yang Baik (V12) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)..	98
4.3.13	Proposisi 13 (P13): Kepercayaan Klien dengan Pemilik (V13) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	100
4.3.14	Proposisi 14 (P14): Word-of-Mouth (V14) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	101

4.3.15	Proposisi 15 (P15): Family-Friendly (V15) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	103
4.3.16	Proposisi 16 (P16): Reconnecting Customer (V16) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	104
4.3.17	Proposisi 17 (P17): Full-filling Needs (V17) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	106
4.3.18	Proposisi 18 (P18): Educating Klien (V18) berkontribusi terhadap Keunggulan kompetitif (V19)	108
BAB V KESIMPULAN		110
5.1	Mini Model Theory	110
5.2	Keterbatasan	111
5.3	Implikasi dan Rekomendasi	112
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN		
LAMPIRAN A		A-1
LAMPIRAN B		B-1
LAMPIRAN C		C-1
LAMPIRAN D		D-1
LAMPIRAN E		E-1
LAMPIRAN F		F-1
LAMPIRAN G		G-1
LAMPIRAN H		H-1
LAMPIRAN I		I-1
LAMPIRAN J		J-1
LAMPIRAN K		K-1
LAMPIRAN L		L-1
LAMPIRAN M		M-1
LAMPIRAN N		N-1

LAMPIRAN O..... O-1

LAMPIRAN P..... P-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Jasa North Coast Athletics.....	7
Gambar 1.2 Jumlah klien North Coast Athletics	7
Gambar 2.1 <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i>	22
Gambar 2.2 <i>Porter's Five Forces</i>	24
Gambar 2.3 <i>VRIO Framework</i>	27
Gambar 3.1 Kerangka Desain Penelitian di adaptasi dari Eisenhardt	36
Gambar 5.1 <i>Mini Model Theory Keunggulan Kompetitif North Coast Athletics</i>	110



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Informan North Coast Athletics.....46

