

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Teori Pemasaran.....	10
B. Strategi Diferensiasi Produk.....	12
1. Strategi	12
a. Definisi Strategi.....	12
b. Tingkatan Strategi	13
2. Diferensiasi.....	15
a. Definisi Diferensiasi	15
b. Jenis-Jenis Strategi Diferensiasi	16
c. Dimensi Strategi Diferensiasi	16
3. Produk	19
a. Tingkatan Produk	19
b. Keputusan Produk	19
C. Keunggulan Bersaing	21
1. Definisi Keunggulan Bersaing	21
2. Konsep Keunggulan Bersaing.....	22
3. Faktor Keunggulan Bersaing	24
4. Dimensi Keunggulan Bersaing	27

5. Unsur Keunggulan Bersaing Dalam Perspektif Islam	27
D. Penelitian Terdahulu	31
E. Kerangka Berfikir	35
F. Pertanyaan Penelitian	36
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. <i>Setting</i> Penelitian	37
C. Subyek Penelitian	37
D. Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data	41
H. Analisis SWOT	41
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	44
1. Profil Usaha dan Sejarah Berdirinya Kedai Kopi Blackmilk	44
2. Struktur Organisasi Kedai Kopi Blackmilk	45
3. Visi, Misi, dan Tujuan Kedai Kopi Blackmilk	46
4. Produk Kedai Kopi Blackmilk	47
B. Deskripsi Data Penelitian	48
1. Implementasi Strategi Diferensiasi Produk Blackmilk	48
2. Faktor Penghambat Implementasi Diferensiasi Produk	56
C. Analisis Data Penelitian	57
BAB V: PENUTUP	
A. Simpulan	71
B. Saran-saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Daftar <i>Coffee Shop</i> di Kudus tahun 2013-2020	2
Tabel 1.2: Data Penjualan Kedai Kopi Blackmilk Kudus Periode Januari-November 2019	5
Tabel 2.1: Tabel Penelitian terdahulu	31
Tabel 4.1: Tabel IFAS Analisis SWOT Untuk Faktor Internal pada Kedai Kopi Blackmilk Kudus64
Tabel 4.2: Tabel EFAS Analisis SWOT untuk Faktor Eksternal pada Kedai Kopi Blackmilk Kudus	65
Tabel 4.3: Matriks SWOT Kedai Kopi Blackmilk Kudus	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Kedai Kopi Blackmilk	46

