

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	27
1.3 Pertanyaan Penelitian	28
1.4 Tujuan Penelitian	28
1.5 Manfaat Penelitian	28
1.6 Lingkup Penelitian	29
1.7 Sistematika Penulisan	30
BAB II LANDASAN TEORI	31
2.1 Customer Journey	31

2.1.1	Customer Journey Mapping	33
2.1.2	Customer Decision Process	34
2.1.3	Customer Journey Touch Points	36
2.2	Customer Experience	38
2.2.1	Customer Satisfaction	44
2.3	Kajian Penelitian Terdahulu	45
2.4	Kerangka Konseptual	47
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Desain Penelitian	49
3.2	Metode Pengumpulan Data	49
3.3	Instrumen Penelitian	50
3.4	Keabsahan Data	58
3.5	Model Analisis Data	59
3.6	Profil Perusahaan PT Blue Bird Tbk	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Profil Partisipan	63
4.2.1	Pre-purchase Stage	66
4.2.2	Purchase Stage	83
4.2.3	Post-purchase Stage	98
4.2.4	Internal Firm Perspective	115

4.3	Validasi Partisipan	120
4.4	Diskusi Pembahasan	122
BAB V SIMPULAN		129
5.1	Kesimpulan	129
5.2	Impikasi Manajerial	131
5.3	Keterbatasan Penelitian	137
DAFTAR PUSTAKA		140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laba (rugi) Komprehensif Konsolidasian PT Blue Bird Tbk 2016	19
Tabel 1.2 Data Perkembangan Aplikasi Seluler Taxi Reservation Bluebird	21
Tabel 1.3 Data Pelanggan yang Memberikan Penilaian serta Komentar MyBluebird	24
Tabel 1.4 Kontribusi Penjualan Saluran Pemesanan Bluebird Taksi 19 -22	25
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Pedoman Wawancara Partisipan MyBluebird	51
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Partisipan dari PT Blue Bird Tbk	56
Tabel 4.1 Profil Singkat Partisipan	64
Tabel 4.2 Sumber Informasi dalam Mengidentifikasi MyBluebird	69
Tabel 4.3 Pertimbangan Menggunakan Aplikasi Seluler MyBluebird	72
Tabel 4.4 <i>Customer Journey Touch Points</i> dan <i>Customer Experience</i> pada <i>Pre-Purchase stage</i> MyBluebird	77
Tabel 4.5 Ringkasan <i>Customer Journey Pre-Purchase Stage</i> MyBluebird	78
Tabel 4.6 <i>Customer Experience</i> di Fase <i>Purchase Stage</i> MyBluebird	87
Tabel 4.7 Pengalaman Proses Pembayaran di MyBluebird	89
Tabel 4.8 <i>Customer Journey</i> yang Disukai dan Tidak Disukai	92

Tabel 4.9 Ringkasan <i>Customer Journey Purchase Stage</i> di MyBluebird	93
Tabel 4.10 <i>Engagement Touchpoints Post-Purchase</i> MyBluebird	100
Tabel 4.11 <i>Post-Purchase Evaluation to Repurchase</i> di MyBluebird	104
Tabel 4.12 Fase <i>Customer Journey</i> Paling Penting	106
Tabel 4.13 Ringkasan <i>Customer Journey Post-Purchase Stage</i> di MyBluebird..	108
Tabel 4.14 Ringkasan Strategi <i>Customer Journey</i> dari PT Blue Bird Tbk	119
Tabel 4.15 Analisis Data <i>Pre-Purchase Stage Customer Journey</i> MyBluebird...	124
Tabel 4.16 Analisis Data <i>Purchase Stage Customer Journey</i> MyBluebird.....	125
Tabel 4.17 Analisis Data <i>Post-Purchase Stage Customer Journey</i> MyBluebird .	127
Tabel 5.1 Rekomendasi <i>Pre-Purchase Stage Customer Journey</i> MyBluebird	132
Tabel 5.2 Rekomendasi <i>Purchase Stage Customer Journey</i> MyBluebird	134
Tabel 5.3 Rekomendasi <i>Post-Purchase Stage Customer Journey</i> MyBluebird...	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Stigma Negatif Setelah Demonstrasi terhadap Taksi Online	18
Gambar 1.2 Data Survei Pelanggan MyBluebird Tahun 2018	20
Gambar 1.3 MyBluebird <i>Satisfaction Index Amongst the Market</i> 2020	21
Gambar 1.4 <i>Press Conference</i> Aplikasi MyBluebird Versi 5	22
Gambar 1.5 Penilaian dan Komentar Pelanggan MyBluebird	23
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Verbatim Wawancara	145
-------------------------------------	-----