

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penulisan	8
1.6 Lingkup Penelitian	8
1.7 Sistematika Penelitian	9
1.7.1 Pendahuluan	9
1.7.2 Landasan Teori	9
1.7.3 Metode Penelitian	9
1.7.4 Analisis dan Pembahasan	11
1.7.5 Kesimpulan dan Saran	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Internet dan Perilaku Konsumen dalam Jaringan	12
2.2 Pemasaran Digital	14
2.3 Keunggulan Kompetitif Perusahaan	16
2.3.1 Five Forces Porter	17
2.3.2 Resource-based View (RBV)	20
2.3.3 PESTEL Frameworks	21
2.4 Inovasi, Adopsi dan Difusi	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data	28
3.3 Teknik Analisa Data	33

3.4 Validitas dan Reliabilitas	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Latar Belakang Kemunculan Aplikasi XARE	35
4.1.1 Digitalisasi Bisnis PT X Indonesia	37
4.1.2 XARE (<i>X Advantage Rewards</i>)	39
4.2. Analisis berdasarkan <i>Five Forces Porter</i>	41
4.3 Analisa <i>Resource-Based View (RBV)</i>	49
4.4 Analisis <i>PESTLE</i>	52
4.5 Keberterimaan Aplikasi XARE	58
BAB V SIMPULAN	60
5.1 Kesimpulan Penelitian	60
5.2 Implikasi	62
5.3 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

No table of figures entries found.

Gambar 2. 1 Piramid Pengalaman Konsumen Berbelanja <i>Online</i>	15
Gambar 2. 2 Porter's Five Forces Model	18
Gambar 2. 3 <i>PESTEL Framework</i>	21
Gambar 2. 4 Waktu mengadopsi dalam inovasi.....	26
Gambar 3. 1 Data grafik pencapaian bengkel/toko aktif yang terdaftar di XARE selama 2021 ..	31
Gambar 3. 2 Proses analisis studi kasus.....	33
Gambar 4. 1 <i>Snapshot</i> hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet) tahun 2022 ...	50
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Distributor X	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Profil Narasumber Internal dan Eksternal	29
Tabel 3. 2 Data registrasi <i>outlet</i> di area DI Yogyakarta selama 2021	30
Tabel 3. 3 Jumlah sampel penelitian	32
Tabel 4. 1 Identifikasi kemudahan aplikasi <i>online</i> dari produsen oli	48
Tabel 4. 2 Hasil wawancara mendalam kepada bengkel/toko	56
Tabel 4. 3 Data Jumlah Outlet terdaftar dalam <i>KARE</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Wawancara Internal Perusahaan (PT X Indonesia) dan Distributor (PT. Prima Tunggal Mandiri)	67
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian Kepada Pemilik Bengkel/Toko	77
Lampiran 3: Wawancara Mendalam Kepada 15 Bengkel/Toko Sebagai Konfirmasi	89