

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
SURAT PERNYATAAN KESANGGUPAN MENYELESAIKAN REVISI	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Lingkup Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Laporan Penelitian	8
BAB II.....	10

x

LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Keunggulan Kompetitif (<i>Competitive Advantage</i>)	10
2.1.2 Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (<i>Sustainable Competitive Advantage</i>)	10
2.1.3 Analisis Lingkungan Eksternal (<i>PESTEL</i>)	11
2.1.4 Analisis Strategi Ekosistem (<i>Ecosystem Strategy</i>)	11
2.1.5 Eksekusi Strategi dan Keberhasilan Kompetitif	12
2.1.6 Loyalitas Pelanggan dan Nilai Pelanggan.....	13
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Penelitian.....	14
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Pendekatan dan Struktur Analisis Penelitian.....	17
3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Sumber Data	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.5 Populasi dan Sampel.....	20
3.5.1 Populasi Penelitian.....	20
3.5.2 Sampel Penelitian	20
3.6 Instrumen Penelitian	21
3.7 Definisi Operasional Variabel	23
3.8 Teknik Pengumpulan Data Kualitatif.....	24
3.9 Teknik Analisis Data	25
BAB IV	26
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26

4.1 Deskripsi Responden	26
4.2 Hasil Pengolahan Data Kuantitatif	28
4.2.1 <i>Ease of Use</i>	29
4.2.2 <i>Brand Trust</i>	30
4.2.3 <i>Perceived Value</i>	31
4.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	31
4.2.5 <i>Competitive Advantage</i>	32
4.2.6 Faktor Eksternal	32
4.2.7 Tantangan Penggunaan	33
4.3 Analisis Tematik dari <i>Focus Group Discussion</i>	33
4.4 Analisis Strategis	35
4.4.1 Analisis Internal (<i>VRIO</i>)	35
4.4.2 Analisis Eksternal (<i>PESTEL</i>)	38
4.4.3 Analisis Strategi Ekosistem	41
4.5 Sintesis Temuan dan Rekomendasi Strategi	42
4.6 Pembahasan terhadap Literatur dan Penelitian Sebelumnya	45
BAB V	48
KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Implikasi	49
5.2.1 Impikasi Teoritis	50
5.2.2 Implikasi Manajerial	50
5.3 Keterbatasan Penelitian	51
5.3 Rekomendasi	52
5.3.1 Rekomendasi Strategis untuk GoPay	52
5.3.2 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	53
DAFTAR PUSTAKA	55



LAMPIRAN	58
Lampiran 1 Hasil Kuesioner	58
Lampiran 2 Hasil Focus Group Discussion	61