

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	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	7
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Lingkup Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Inovasi Model Bisnis (<i>Business Model Innovation</i>).....	10
2.1.2 <i>UDBMI</i>	11
2.1.3 Perilaku Konsumen dalam Perspektif <i>User-Driven Innovation</i>	12
2.1.4 Dilema Manajerial dalam Transformasi Bisnis.....	13
2.1.5 Optimalisasi Aset dalam Transformasi Model Bisnis	14
2.1.6 Penelitian Terdahulu tentang Inovasi Model Bisnis di Sektor Pariwisata	15
2.1.7 Penelitian Terdahulu tentang <i>User-Driven Innovation</i>	16

BAB III METODA PENELITIAN	18
3.1 Kerangka Penelitian	18
3.2 Desain Penelitian.....	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.3.1 Tabel Informan	22
3.3.2 Protokol Wawancara.....	23
3.4 Instrumen Penelitian.....	32
3.4.1 Definisi Operasional Konsep	33
3.4.2 Pengembangan Instrumen	33
3.4.3 Metode Pengukuran	34
3.4.4 Validasi Instrumen.....	34
3.5 Metode Analisis Data	34
3.6 Profil Kasus	35
BAB IV PEMBAHASAN	38
4.1 Potensi dan Realitas Adopsi <i>UDBMI</i> di <i>GL Zoo</i>	38
4.1.1 <i>Co-Creation of Content</i> (Penciptaan Konten Bersama)	39
4.1.2 <i>Platform Engagement</i> (Keterlibatan pada Platform Digital)	41
4.1.3 <i>Interaction</i> (Interaksi Dua Arah)	43
4.1.4 <i>Value Experience</i> (Pengalaman Bernilai)	45
4.1.5 <i>Value Expansion</i> (Perluasan Nilai).....	48
4.2 Dinamika Inovasi Model Bisnis di <i>GL Zoo</i> : Sebuah Analisis Sintesis... 51	
4.2.1 Analisis Keterlibatan Pengunjung dalam Proses <i>Co-Creation</i>	52
4.2.2 Analisis Peran <i>Digital Engagement</i> dalam Memperkuat Pengalaman Pengunjung.....	55
4.3 Implikasi Manajerial: Menuju Model Bisnis yang Lebih Adaptif dan Berpusat pada Pengguna.....	60
BAB V KESIMPULAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Implikasi dan Saran.....	64
5.3.1 Implikasi Teoretis	64

5.3.2 Implikasi Praktis dan Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung GL Zoo (2019–2024).....	1
Tabel 3.1	Komponen Penelitian.....	20
Tabel 3.2	Tabel Informan	22
Tabel 3.3	Protokol Wawancara dengan Direktur Utama GL Zoo	23
Tabel 3.4	Protokol Wawancara dengan Manajer Pemasaran GL Zoo	24
Tabel 3.5	Protokol Wawancara dengan Staf digital dan Media sosial GL Zoo .	25
Tabel 3.6	Protokol Wawancara dengan Manajer Operasional GL Zoo	26
Tabel 3.7	Protokol Wawancara dengan Pengunjung Individu di GL Zoo	27
Tabel 3.8	Protokol Wawancara dengan Pengunjung Keluarga di GL Zoo	28
Tabel 3.9	Protokol Wawancara dengan Pengunjung Keluarga Besar di GL Zoo	29
Tabel 3.10	Protokol Wawancara dengan Pengunjung Komunitas Edukatif di GL Zoo.....	30
Tabel 3.11	Protokol Wawancara dengan Praktisi Pariwisata	31
Tabel 3.12	Definisi Operasional & Konsep	33
Tabel 4.1	Peta Adopsi UDBMI di GL Zoo	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Flowchart Penelitian	21
Gambar 3.2 Flowchart Pengembangan Instrumen.....	33
Gambar 3.3 Flowchart Metode Analisis Data	35