

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Lingkup Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Produk	13

2.1.1	Tingkat Layanan Produk	14
2.1.2	Klasifikasi Produk dan Layanan	15
2.1.3	Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi	17
2.1.4	Internet	17
2.1.5	Pusat Data	19
2.1.6	Komputasi Awan	21
2.2	Pemasaran B2B	23
2.3	Situasi Pembelian di Pasar Bisnis	25
2.4	Pusat Pembelian di Pasar Bisnis	26
2.5	Tahapan Keputusan Pembelian	27
2.6	Melibatkan Pembeli Bisnis dengan Pemasaran Digital dan Sosial	30
2.7	Segmentasi Pasar	31
BAB III METODA PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Metode Pengumpulan Data	35
3.3	Pemilihan Informan Penelitian	35
3.4	Daftar Pertanyaan Penelitian	37
3.5	Teknik Analisis Data	40
3.6	Kualitas Keabsahan Penelitian	42
3.7	Waktu dan Lokasi Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Pelaksanaan Penelitian	45

4.2	Karakteristik Informan	47
4.3	Deskripsi Hasil	48
4.4	Hasil Reduksi Data	83
4.5	Analisis Hasil Penelitian	99
4.5.1	Analisis Tentang Saluran atau Sumber Informasi Mengenai Layanan TIK Khususnya Layanan <i>Dedicated Internet</i> , Pusat Data dan Komputasi Awan.....	99
4.5.2	Analisis Pertimbangan Perusahaan dalam Memilih Layanan TIK Khususnya Layanan <i>Dedicated Internet</i> , Pusat Data dan Komputasi Awan.....	101
4.5.3	Analisis Keunikan Penyedia Layanan TIK Perusahaan	105
4.5.4	Analisis Keunggulan Penyedia Layanan TIK Perusahaan	108
4.5.5	Analisis Kekurangan Penyedia Layanan TIK Perusahaan	110
4.5.6	Analisis Alasan Perusahaan Menggunakan Layanan TIK	112
4.5.7	Analisis Aspek Prioritas dalam Memilih Penyedia layanan TIK	115
4.5.8	Analisis Waktu Perusahaan Mengganti Penyedia Layanan TIK.....	119
4.5.9	Analisis Proses Penentuan Penyedia Layanan TIK Khususnya <i>dedicated internet</i> , pusat data, dan komputasi awas Oleh Konsumen	120
4.5.10	Analisis Metode Pemilihan Pemasok Layanan TIK di Perusahaa	132
4.5.11	Analisis Jenis Stimulus yang Mempengaruhi Memilih Layanan TIK	134
4.5.12	Analisis Aspek yang Mempengaruhi untuk Pembelian Kembali	135
4.6	Triangulasi data	138

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	151
5.1 Kesimpulan.....	151
5.2 Keterbatasan Penelitian	154
5.3 Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penyedia Layanan <i>Dedicated Internet</i> di Indonesia	3
Tabel 1.2: Penyedia Layanan Pusat Data di Indonesia	5
Tabel 1.3: Penyedia Layanan Komputasi Awan di Indonesia	6
Tabel 2.1: Variabel Segmentasi Utama Untuk Pasar Bisnis.....	32
Tabel 3.1 Data Perusahaan Yang Diteliti	36
Tabel 3.2 Data dan Dasar Pemilihan Informan Penelitian.....	37
Tabel 3.3 Rincian Jadwal Pelaksanaan Penelitian	44
Tabel 4.1 Daftar Jadwal Wawancara Informan	47
Tabel 4.2 Daftar Karakteristik Informan	48
Tabel 4.3 Sumber Informasi Layanan TIK.....	49
Tabel 4.4 Pertimbangan Perusahaan dalam Memilih Produk.....	51
Tabel 4.5 Keunikan Penyedia Layanan TIK Perusahaan.....	55
Tabel 4.6 Keunggulan Penyedia Layanan TIK Perusahaan.....	56
Tabel 4.7 Kekurangan Penyedia Layanan TIK Perusahaan.....	59
Tabel 4.8 Alasan Perusahaan Menggunakan Layanan TIK.....	61
Tabel 4.9 Aspek Prioritas dalam Memilih Penyedia Layanan.....	63
Tabel 4.10 Waktu Perusahaan Mengganti Vendor Layanan TIK.....	66
Tabel 4.11 Pemrakarsa Pembelian Layanan TIK di Perusahaan	68
Tabel 4.12 Pengguna Layanan TIK di Perusahaan	69
Tabel 4.13 Pihak yang Berpengaruh dalam Pengambilan Keputusan pada Proses Pembelian Layanan TIK di Perusahaan.....	71
Tabel 4.14 Pihak Pengambil Keputusan pada Proses Pembelian Layanan TIK di Perusahaan	72

Tabel 4.15 Pihak yang Memberi Persetujuan pada Proses Pembelian Layanan TIK di Perusahaan	73
Tabel 4.16 Pihak Pembelian Layanan TIK di Perusahaan.....	74
Tabel 4.17 Pihak Penjaga Pintu dalam Proses Pembelian Layanan TIK di Perusahaan	75
Tabel 4.18 Metode Pemilihan Pemasok Layanan TIK di Perusahaan.....	76
Tabel 4.19 Jenis Stimulus yang Mempengaruhi Memilih Layanan TIK.....	79
Tabel 4.20 Aspek yang Mempengaruhi untuk Pembelian Kembali	81
Tabel 4.21 Data Reduksi Saluran atau Sumber Informasi Layanan TIK	84
Tabel 4.22 Data Reduksi Pertimbangan Perusahaan dalam Memilih Layanan	85
Tabel 4.23 Data Reduksi Keunikan Penyedia Layanan TIK	86
Tabel 4.24 Data Reduksi Keunggulan Penyedia Layanan TIK	87
Tabel 4.25 Data Reduksi Kekurangan Penyedia Layanan TIK	88
Tabel 4.26 Data Reduksi Alasan Perusahaan Menggunakan Layanan TIK	89
Tabel 4.27 Data Reduksi Aspek Prioritas dalam Memilih Penyedia layanan	90
Tabel 4.28 Data Reduksi Waktu Perusahaan Mengganti Penyedia Layanan	92
Tabel 4.29 Data Reduksi Pengguna Layanan	92
Tabel 4.30 Data Reduksi Pemrakarsa Pembelian Layanan	93
Tabel 4.31 Data Reduksi Orang yang Berpengaruh	93
Tabel 4.32 Data Reduksi Pengambil Keputusan Pembelian	93
Tabel 4.33 Data Reduksi Pemberi Persetujuan Pembelian.....	94
Tabel 4.34 Data Reduksi Penjaga Pintu Pembelian.....	95
Tabel 4.35 Data Reduksi Pelaksana Pembelian.....	96
Tabel 4.36 Data Reduksi Pelaksana Pembelian.....	96
Tabel 4.37 Data Reduksi Jenis Stimulus yang Mempengaruhi Pembelian	97
Tabel 4.38 Data Reduksi Aspek yang Mempengaruhi untuk Pembelian Kembali.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Prakiraan Pendapatan Pasar Layanan Digital (Bisnis), 2017–2022 (\$ AS Jutaan).....	4
Gambar 1.2: Pasar Layanan Cloud: Prakiraan Pendapatan Layanan, Indonesia, 2016– 2019	7
Gambar 2.1: Tiga Tingkat Produk	14
Gambar 2.2: Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Memiliki Pusat Data Sendiri dan Sewa.....	21
Gambar 2.3: Analisis Hambatan Dalam Adopsi Komputasi Awan.....	23
Gambar 2.4: Faktor yang Meningkatkan Adopsi Komputasi Awan.....	23
Gambar 2.5: Proses Pembelian Bisnis	29
Gambar 2.6: Model Pembelian Perusahaan	30
Gambar 3.1: Komponen Analisis Data: Model Interaktif.....	41
Gambar 4.1. Sumber Perolehan Informasi Layanan TIK Oleh Konsumen B2B.....	100
Gambar 4.2. Prioritas Konsumen dalam Memilih Layanan TIK.....	104
Gambar 4.3. Keunggulan Penyedia Layanan TIK Konsumen.....	110
Gambar 4.4. Kekurangan Penyedia Layanan TIK Konsumen.....	112
Gambar 4.5. Alasan Konsumen Menggunakan Layanan TIK.....	131
Gambar 4.6. Aspek Prioritas Konsumen dalam Memilih Penyedia Layanan TIK... ..	118
Gambar 4.7. Alur Proses Pembelian Layanan TIK di Konsumen	131
Gambar 4.8. Metode Pemilihan Penyedia Layanan TIK di Konsumen.....	133
Gambar 4.9. Jenis Stimulus yang Mempengaruhi Memilih Layanan TIK	135
Gambar 4.10. Aspek yang Mempengaruhi Konsumen untuk Pembelian Kembali ..	137
Gambar 4.11. Wilayah Cakupan Layanan Telkom Berskala Nasional	139
Gambar 4.12. Daftar Sertifikat Nasional dan Internasional Telkomsigma.....	139
Gambar 4.13. Penawaran layanan TIK khususnya layanan komputasi awan (Penyedia layanan komputasi awan PT XL Axiata).....	140

Gambar 4.14. Penawaran layanan TIK khususnya layanan <i>dedicated internet</i> (Penyedia layanan <i>dedicated internet</i> PT Telkom Indonesia)	141
Gambar 4.15. Penawaran layanan TIK khususnya layanan <i>dedicated internet</i> (Penyedia layanan <i>dedicated internet</i> Biznet Network).....	142
Gambar 4.16. Penawaran layanan TIK khususnya layanan komputasi awan (Penyedia layanan komputasi awan Biznet GioCloud).....	143
Gambar 4.17. Penawaran Layanan TIK Khususnya Layanan Pusat Data (Penyedia Layanan PT Graha Teknologi Nusantara).....	144
Gambar 4.18. Penawaran Layanan TIK Khususnya Layanan Pusat Data (Penyedia Layanan Elitery).....	145
Gambar 4.19. Prosedur Dukungan Pelaporan Eskalasi Pusat Layanan Biznet Network.....	146
Gambar 4.20. Informasi Jaminan Ketersediaan Penyedia Layanan Pusat Data Elitery	147
Gambar 4.21. Pasar Layanan Komputasi Awan: Pangsa Pasar Berdasarkan Pendapatan Layanan, Indonesia, 2016.....	148
Gambar 4.22. Pangsa Pasar Layanan <i>Dedicated Internet</i> : Berdasarkan Pendapatan, Indonesia, H1 2017	149
Gambar 4.23. Pangsa Pasar Layanan Pusat Data: Berdasarkan Pendapatan, Indonesia, H1 2017	150

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan Informan 1	161
Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan Informan 2	166
Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Informan 3	170
Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Informan 4	174
Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Informan 5	178
Lampiran 6. Transkrip Wawancara dengan Informan 6	182
Lampiran 7. Transkrip Wawancara dengan Informan 7	186
Lampiran 8. Transkrip Wawancara dengan Informan 8	190
Lampiran 9. Transkrip Wawancara dengan Informan 9	194
Lampiran 10. Transkrip Wawancara dengan Informan 10	198