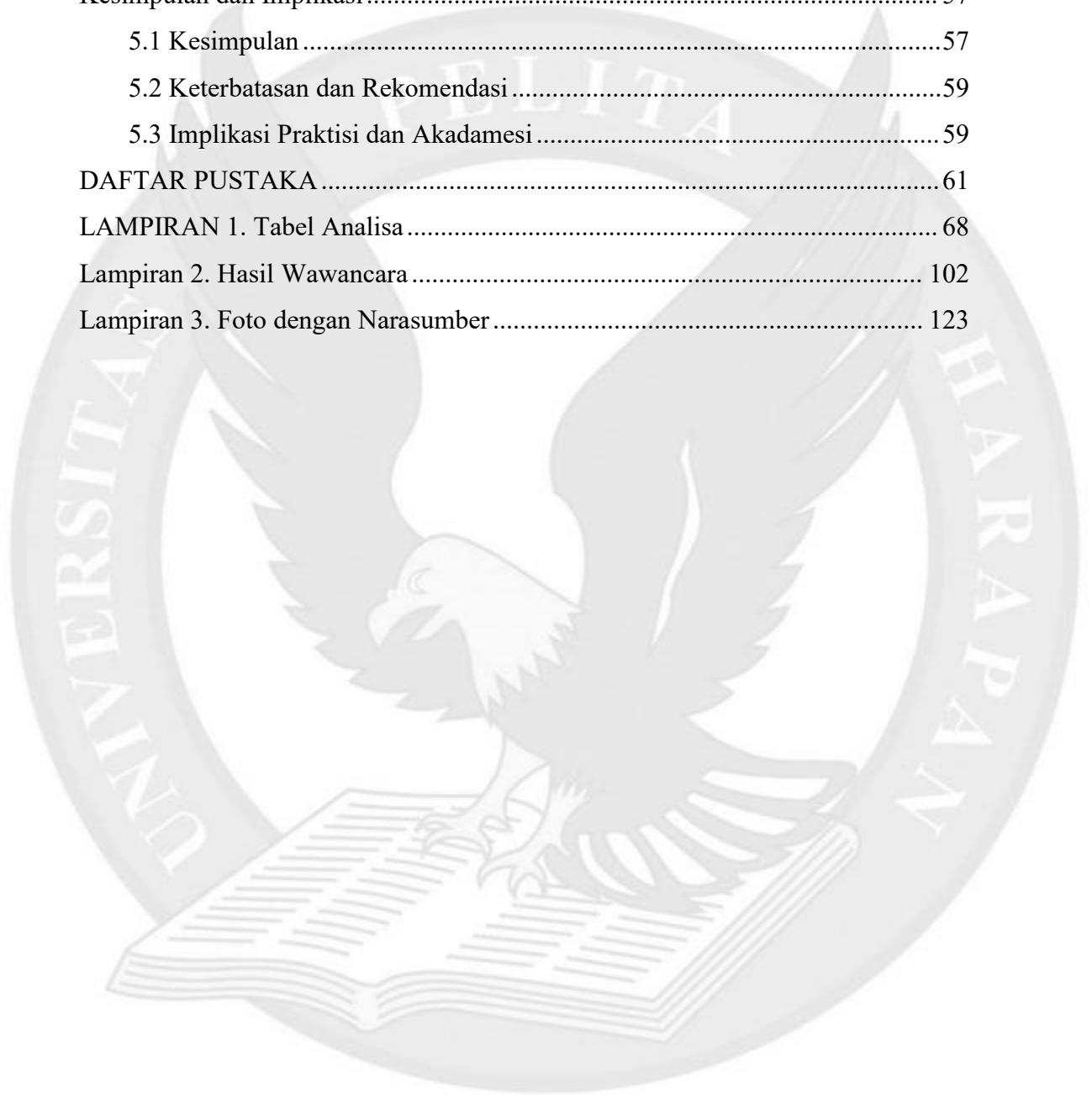


DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	v
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	vi
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
BAB I.....	3
PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang Masalah	3
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	12
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. B2C	14
2.1.1. B2C E-commerce	14
2.2. Leadership	15
2.3. Metode Porter's Five Forces	16
2.4. Strategi Keunggulan Bersaing	19
2.4.1. Porter's Generic Strategies	19
2.4.2. VRIO	21
BAB III	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Pengenalan	23
3.2. Paradigma Penelitian	23
3.3. Strategi Penelitian	25
3.4. Desain Penelitian	25
3.5. Metode Pengumpulan Data	32
3.6. Validitas dan Reliabilitas	34

BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Pendahuluan	36
4.2. Definisi Variable Laten	36
4.2.1. Reputasi Terpercaya (Variabel 1) (V1)	36
4.2.2. Kualitas Produk (Variabel 2) (V2)	37
4.2.3. Kelengkapan Produk (Variabel 3) (V3)	38
4.2.4. Lokasi Toko Sesuai Industri (Variabel 4) (V4)	38
4.2.5. Responsivitas interaksi (Variabel 5) (V5)	39
4.2.6. Bantuan Pelanggan (Variabel 6) (V6)	40
4.2.7. Promosi dan diskon (Variabel 7) (V7)	40
4.2.8. Program Loyalitas Konvensional (Variabel 8) (V8)	41
4.2.9. Keunggulan Kompetitif (Variabel 9) (V9)	42
4.3. Proposisi	42
4.3.1. Proposisi 1 (P1): Reputasi Terpercaya (V1) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	42
4.3.2. Proposisi 2 (P2): Kualitas Produk (V2) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	44
4.3.3. Proposisi 3 (P3): Kelengkapan Produk (V3) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	47
4.3.4. Proposisi 4 (P4): Lokasi Toko Sesuai Industri (V4) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	48
4.3.5. Proposisi 5 (P5): Responsivitas Interaksi (V5) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	49
4.3.6. Proposisi 6 (P6): Bantuan Pelanggan(V6) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	51
4.3.7. Proposisi 7 (P7): Promosi dan Diskon (7) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	52
4.3.8. Proposisi 8 (P8): Program Loyalitas Konvensional (V8) Berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V9)	55

BAB V	57
Kesimpulan dan Implikasi	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan dan Rekomendasi	59
5.3 Implikasi Praktisi dan Akademesi	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN 1. Tabel Analisa	68
Lampiran 2. Hasil Wawancara	102
Lampiran 3. Foto dengan Narasumber	123



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	2
Gambar 1.2.....	3
Gambar 1.3.....	4
Gambar 2.1.....	16
Gambar 3.1.....	23

