

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Harga dan Kualitas	14
2.2 Meningkatkan Pengalaman/ <i>Enhance Experience</i>	15
2.2.1 Saluran Alternatif.....	15
2.2.2 Target Pasar Baru	17
2.2.3 Konten Tayangan yang Kreatif.....	18
2.2.4 Testimoni dari Pelanggan	18
2.2.5 Variasi Produk	19
2.3 Mengurangi Gesekan/ <i>Reduce friction</i>	20
2.3.1 Kemudahan Pemesanan.....	20
2.3.2 Kecepatan Pengiriman Produk	20

2.3.3	Pengembalian Produk	21
2.4	Kinerja Penjualan.....	22
2.5	Kinerja Perusahaan.....	23
2.6	Telaah Variabel.....	23
2.7	Kerangka Penelitian	25
 BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis dan Sumber Data	26
3.2	Populasi dan Informan.....	27
3.3	Metode Pengumpulan Data	29
3.4	Teknik Keabsahan Data.....	32
3.5	Teknik Analisis	33
 BAB IV ANALISIS DATA.....		37
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.2	Proses Wawancara Informan	43
4.3	Langkah Strategi Perusahaan atas Tren Penurunan Kinerja	44
4.4	Pengaruh Karakteristik Perubahan <i>Behaviour</i> Konsumen Terhadap Konten Tayangan Pada Acara Televisi	47
4.5	Respon dari Perusahaan Terkait Perubahan di Sektor Retail <i>Marketplace/ e-commerce</i> yang Sangat Gencar Melakukan Promosi Melalui Media Televisi.....	51
4.6	Penyajian Hasil Kualitatif.....	53
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	56
 BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....		64
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Implikasi Kebijakan	70
5.3	Keterbatasan penelitian	72

5.4	Agenda penelitian mendatang (future research, further research)	72
	DAFTAR PUSTAKA	74
	LAMPIRAN.....	77