

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	01
1.2 Latar Belakang.....	02
1.3 Rumusan Masalah.....	05
1.4 Tujuan Penelitian.....	05
1.5 Kegunaan Observasi.....	06
1.6 Sistematika Penulisan.....	06
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	
2.1 Tinjauan Teori.....	08
2.1.1 Pemasaran.....	07
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	08
2.1.2 E-commerce.....	08
2.1.3 Praktika Pemasaran E-commerce.....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Operasional Variabel.....	20
3.3 Tahapan Penelitian.....	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	25
3.5 Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Jenis Data.....	26
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	29
3.7 Uji Realibilitas.....	31

3.8	Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1	Analisa Statistik Deskriptif.....	32
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.9.1	Uji Normalitas.....	34
3.9.2	Uji Heterokedastisitas.....	34
3.9.3	Uji Linieritas.....	35
3.10	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	35
3.11	Uji Hipotesis.....	36
3.11.1	Uji Determinasi.....	37
BAB IV PEMBAHASAN		
4.1	Karakteristik Responden.....	38
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Pembahasan Validitas dan Realibilitas.....	44
4.3	Analisis Deskriptif.....	46
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.5	Uji Regresi Linier Sederhana.....	57
4.6	Uji F.....	59
4.7	Uji T.....	60
4.8	Uji R.....	61
BAB V KESIMPULAN		
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	63
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN