

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Layanan	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Kegunaan Penelitian	18
1.5.1 Kegunaan Teoritis	18
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	18
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	20
2.1.1 Pemasaran.....	20
2.1.2 Manajemen Pemasaran	21
2.1.3 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	21
2.1.4 <i>E-Commerce</i>	22
2.1.5 Jenis <i>E-Commerce</i>	22
2.1.6 <i>E-Service Quality</i>	23
2.1.7 Merek (<i>Brand</i>).....	26

2.1.8 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	26
2.1.9 Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	27
2.2 Teori Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1 Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dengan Minat Beli	28
2.2.2 Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan Minat Beli.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu	29
2.4 Kerangka Pemikiran	45
2.5 Hipotesis Penelitian	47
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	48
3.2.1 Variabel Operasional.....	48
3.2.2 Skala Pengukuran	51
3.3 Tahapan Penelitian.....	52
3.4 Populasi dan Sampel.....	53
3.4.1 Populasi	53
3.4.2 Sampel.....	54
3.4.3 Teknik Sampling	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1 Data Primer.....	56
3.5.2 Data Sekunder	56
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.7 Teknik Analisis Data	61
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.7.2 Methode of Succesive Interval (MSI)	63
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	64
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.7.5 Uji Hipotesis.....	65
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	66
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	68

4.1	Pengumpulan Data	68
4.2	Karakteristik Responden	68
4.3	Hasil Penelitian	72
4.3.1	Analisis Deskriptif	72
4.3.2	Transformasi Data	91
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	91
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda	95
4.3.5	Uji Hipotesis	96
4.3.6	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	106
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	106
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN		112