

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Sociolla	1
1.1.2 Visi dan Misi Sociolla.....	3
1.1.3 Produk Sociolla	3
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 <i>E-Marketing Mix</i>	19
2.1.3 Minat Beli	27

2.1.4	Hubungan <i>E-Product</i> , <i>E-Price</i> , <i>E-Place</i> dan <i>E-Promotion</i> Terhadap Minat Beli	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Kerangka Pemikiran	46
2.4	Hipotesis Penelitian	48
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran	49
3.2.1	Variabel Operasional.....	49
3.2.2	Skala Pengukuran.....	51
3.3	Populasi dan Sampel	52
3.3.1	Populasi.....	52
3.3.2	Sampel.....	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1	Data Primer	54
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.5.1	Uji Validitas	55
3.5.2	Uji Reliabilitas	56
3.6	Teknik Analisis Data	58
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	58
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.6.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	61
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Pengumpulan Data	63

4.2	Karakteristik Responden	63
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.5	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	68
4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
4.3.1	Uji Validitas	69
4.3.2	Uji Reliabilitas	70
4.4	Hasil Penelitian.....	71
4.4.1	Analisis Deskriptif	71
4.5	Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1	Uji Normalitas.....	78
4.5.2	Uji Multikolinearitas	79
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.7	Uji Hipotesis.....	83
4.7.1	Uji T	83
4.7.2	Uji F	85
4.7.3	Koefisien Determinasi.....	85
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.8.1	Pengaruh <i>E-Product</i> Terhadap Minat Pembelian Generasi Millenial Di <i>Online Store Sociolla</i>	86
4.8.2	Pengaruh <i>E-Price</i> Terhadap Minat Pembelian Generasi Millenial Di <i>Online Store Sociolla</i>	87
4.8.3	Pengaruh <i>E-Place</i> Terhadap Minat Pembelian Generasi Millenial Di <i>Online Store Sociolla</i>	88

4.8.4	Pengaruh <i>E-Promotion</i> Terhadap Minat Pembelian Generasi Millenial Di <i>Online Store</i> Sociolla	89
BAB V KESIMPULAN.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	93
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	93
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN.....		