

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	15
1.8 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.1.1 <i>Marketing Management</i> (Manajemen Pemasaran).....	17
2.1.2 <i>E-Marketing</i>	17
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	18
2.1.4 <i>Service Quality</i>	19
2.1.5 <i>E-Service Quality</i>	21

2.1.6	Perilaku Konsumen.....	23
2.1.7	<i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	25
2.2	Kerangka Pemikiran	27
2.3	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Karakteristik Penelitian	30
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	31
3.2.1	Skala Pengukuran	35
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.5	Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	40
3.5.1	Sumber Data	40
3.5.2	Pengumpulan Data.....	41
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.6.1	Validitas.....	42
3.6.2	Reliabilitas	44
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	45
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	45
3.7.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	47
3.7.3	Pengujian hipotesis	51
3.7.3.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial	52
3.7.3.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Karakteristik Responden	54
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Kajian <i>E-Service Quality</i> Lazada Indonesia	58
4.2.2	Kajian Minat Beli Pada Lazada Indonesia.....	70
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.3.1	Uji Normalitas Data.....	72
4.3.2	Uji Linearitas	74
4.3.3	Perhitungan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	75
4.3.4	Pengujian Hipotesis	80
4.3.5	Perhitungan Analisis Jalur Model <i>Trimming</i>	84
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1	Kesimpulan	94
5.1.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality Online</i> <i>Store</i> Lazada Indonesia	94
5.1.2	Tingkat Minat Beli Pengunjung <i>Website Online Store</i> Lazada Indonesia	94
5.1.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Beli Pada <i>Online</i> <i>Store</i> Lazada Indonesia	95
5.2	Saran.....	96
5.2.1	Saran Bagi <i>Online Store</i> Lazada Indonesia	96
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	97
	DAFTAR PUSTAKA	98
	LAMPIRAN.....	104