

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Tokopedia.....	2
1.1.2 Shopee.....	2
1.1.3 OLX.....	3
1.1.4 Bukalapak.....	4
1.1.5 Lazada.....	4
1.1.6 Perbandingan Masing-masing E-commerce.....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.6.2 Manfaat Praktis.....	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1 E-commerce.....	18
2.1.1.1 Definisi e-commerce.....	18
2.1.1.2 Klafisikasi E-commerce.....	18
2.1.1.3 Komponen E-commerce.....	20
2.1.2 E-Marketing.....	20
2.1.3 Marketplace.....	21
2.1.4 Payment Gateway.....	25
2.1.5 Kewirausahaan.....	26
2.1.5.1 Teori Kewirausahaan.....	26
2.1.5.2 Karakteristik Kewirausahaan.....	27
2.1.5.3 Fungsi dan Peran Kewirausahaan.....	28

2.1.6	Etika Bisnis.....	29
2.1.7	Metode Importance Performance Analysis.....	29
2.1.8	Metode Correspondence Analysis.....	32
2.1.9	Alasan Pemilihan Metode.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3	Kerangka Pemikiran.....	41
2.4	Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Jenis Penelitian.....	44
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3	Tahapan Penelitian.....	51
3.4	Populasi dan Sampel.....	52
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	53
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Karakteristik Responden.....	60
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Bulanan.....	61
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Marketplace yang Sering Digunakan Untuk Berbelanja.....	62
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Marketplace yang Sering Digunakan Untuk Berjualan.....	62
4.2	Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Analisis Deskriptif Kuesioner Tingkat Kepentingan (Importance) 63	
4.2.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i>	63
4.2.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Technical</i>	64
4.2.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Platform Interface</i>	64
4.2.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Platform Foundation</i>	65
4.2.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product</i>	65
4.2.1.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service Operation</i>	66

4.2.1.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Marketing and Sales</i>	67
4.2.1.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Payment Channel</i>	67
4.2.1.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Environmental</i>	68
4.2.1.10	Analisis Perbandingan Variabel Pada Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)	69
4.2.2	Analisis Deskriptif Kuesioner Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	70
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i>	70
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Technical</i>	70
4.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Platform Interface</i>	71
4.2.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Platform Foundation</i>	71
4.2.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product</i>	72
4.2.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service Operation</i>	73
4.2.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Marketing and Sales</i>	73
4.2.2.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Payment Channel</i>	74
4.2.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Environmental</i>	74
4.2.2.10	Analisis Perbandingan Variabel Pada Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	75
4.2.3	Uji Validitas	76
4.2.3.1	Uji Validitas Pada Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)	76
4.2.3.1	Uji Validitas Pada Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	77
4.2.4	Uji Reliabilitas	78
4.2.4.1	Uji Reliabilitas Pada Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)	79
4.2.4.1	Uji Reliabilitas Pada Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	80
4.2.5	Perhitungan Rata-rata Kusioner	81
4.2.5.1	Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)	81
4.2.5.2	Perhitungan Rata-rata Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	83
4.2.6	Importance Performance Analysis	84
4.2.7	Correspondence Analysis	95
4.2.8	Uji Hipotesis	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110

5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Saran.....	111
	DAFTAR PUSTAKA.....	113
	LAMPIRAN A.....	122
	LAMPIRAN B.....	130
	LAMPIRAN C.....	135
	LAMPIRAN D.....	137
	LAMPIRAN E.....	142
	LAMPIRAN F.....	153
	LAMPIRAN G.....	161
	LAMPIRAN H.....	169