

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar.id)	1
1.1.2 Logo Etalase Pasar Bandung (Etapasbar.id).....	1
1.1.3 Visi dan Misi Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar.id).....	1
1.1.4 Struktur Organisasi Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar.id)...	2
1.1.5 Kegiatan dan Layanan Usaha Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar.id).....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis	15
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	16
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan	16

BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.2 <i>E-Marketing</i>	17
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.4 <i>E-Commerce</i>	19
2.1.5 Variasi Produk	21
2.1.6 Kualitas Produk	22
2.1.6.1 Dimensi Kualitas Produk	23
2.1.7 Harga	23
2.1.7.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga	24
2.1.7.2 Dimensi Harga.....	25
2.1.7.3 Tujuan Penetapan Harga.....	25
2.1.8 Minat Beli.....	26
2.1.8.1 Dimensi Minat Beli	26
2.1.9 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.2.1 Ulasan Skripsi Terdahulu.....	29
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional	33
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	43

3.2.1 Operasional Variabel	43
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	50
3.4.3 Teknik Sampling	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. 1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Realibilitas	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.7.2.1 Uji Normalitas	59
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas.....	59
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	60
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
3.7.5 Uji Hipotesis	61
BAB IV	65
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Pengumpulan Data.....	65
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan jenis kelamin	66
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	66

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Etapasbar atau Tidak	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja di Etapasbar atau Tidak	67
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	67
4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Variasi Produk	68
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai variabel Kualitas Produk	69
4.3.3 Tanggapan Responden mengenai variabel Harga	73
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli.....	78
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1 Uji Normalitas	82
4.4.2 Uji Multikolonieritas	84
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	85
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.6 Uji Hipotesis	87
4.6.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji-F).....	87
4.6.2 Uji Parsial (Uji t)	89
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
4.8.1 Pembahasan Analisis	93
4.8.2 Pembahasan Uji Hipotesis	94
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	96
5.2.1 Bagi Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar.id)	97
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	98

DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103