

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	14
1.6.2 Manfaat Praktis	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Impulse Buying	17
2.1.4 Website Quality	19
2.1.5 Metode Webqual	19
2.1.6 Dimensi Shopping Value	20
2.1.7 Product Life Cycle	20
2.1.8 E-Commerce	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III	31
3.1 Karakteristik Penelitian	31
3.2 Alat Pengumpulan Data	32

3.2.1	Variabel Operasional	32
3.2.2	Skala Pengukuran	36
3.3	Tahapan Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel	38
3.5	Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Pengumpulan Data.....	39
3.5.2	Sumber Data.....	40
3.6	Jenis Data	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8	Uji Regresi Linier Berganda.....	46
BAB IV		47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1	47
4.1.1	Gambaran Demografi responden.....	47
4.1.2	Uji Deskriptif atas Jawaban Responden	50
4.1.3	Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4	Uji Hipotesis.....	55
4.1.5	Analisis Jawaban Responden	63
BAB V		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		71