

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.2.1 Visi	3
1.1.2.2 Misi.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11

1.6.1 Aspek Teoritis	11
1.6.2 Aspek Praktis.....	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	11
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 E-Commerce.....	13
2.1.2.1 Kelompok <i>E-commerce</i>	14
2.1.2.2 Proses Berbelanja <i>Online</i>	15
2.1.3 Internet.....	16
2.1.4 Situs Web (<i>Website</i>)	18
2.1.5 Kualitas Website (<i>Website Quality</i>)	18
2.1.5.1 Perkembangan WebQual	19
2.1.5.2 Dimensi WebQual 4.0.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Jurnal Internasional	22
2.2.2 Jurnal Nasional	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Karakteristik Penelitian.....	30
3.2 Alat Pengumpulan Data	32
3.2.1 Tipe Skala.....	32

3.2.2 Metode Penskalaan.....	32
3.2.3 Operasional Variabel.....	33
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel.....	40
3.4.3 Teknik Sampling.....	41
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	42
3.5.1 Sumber Primer.....	43
3.5.2 Sumber Sekunder.....	43
3.6 Validitas atau Reliabilitas.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Importance Performance Analysis (IPA).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Responden.....	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pulau Asal.....	54
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57

4.2.1 Penilaian Konsumen terhadap Kualitas Website pada Bukalapak di Indonesia	57
4.2.1.1 Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki) pada Dimensi Usability (Kegunaan).....	57
4.2.1.2 Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki) pada Dimensi Information Quality (Kualitas Informasi).....	60
4.2.1.3 Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki) pada Dimensi Interaction Service (Layanan Interaksi).....	62
4.2.2 Importance Performance Analysis (IPA)	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Aspek Teoritis	83
5.2.2 Aspek Praktisi.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	