

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Jasa	12
2.1.2 Service Quality	13
2.1.3 E-Commerce	14
2.1.4 Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	16
2.1.5 Perilaku Konsumen	18
2.1.5.1 Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
2.1.6 Minat Beli	19
2.2 Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan Minat Beli	20
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Pemikiran	31
2.5 Hipotesis Penelitian	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Karakteristik Penelitian	34
3.2 Alat Pengumpulan Data	35
3.2.1 Skala Pengukuran	38

3.3	Tahapan Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel	41
3.5	Sumber Data dan Pengumpulan Data	43
3.5.1	Sumber Data	43
3.5.2	Pengumpulan Data	43
3.6	Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.7.1	Teknik Analisis Data	47
3.7.2	Pengujian Hipotesis	52
BAB IV		54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Karakteristik Responden	54
4.1.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2	Responden berdasarkan Usia	55
4.1.3	Responden berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4	Responden berdasarkan Penghasilan dalam Satu Bulan	56
4.1.5	Responden berdasarkan Jumlah Uang Untuk Berbelanja Online dalam Satu Bulan	57
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Analisis Deskriptif	58
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	71
4.2.3	Analisis Linear Berganda	73
4.2.4	Pengujian Hipotesis	75
4.2.5	Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.2.6	Koefisien Korelasi (R)	79
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.3.1	E-Service Quality	80
4.3.2	Minat Beli	81
4.3.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Beli secara Parsial	82
4.3.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Beli secara Simultan	84
BAB V		85
KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	85
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		94