

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Visi, Misi, Tagline, Tujuan Manfaat	2
1.1.2 Struktur Organisasi	5
1.1.3 Produk	8
1.2 Latar Belakang Penelitian	13
1.3 Perumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.5.1 Manfaat Teoritis	22
1.5.2 Manfaat Praktis	22
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	25
2.1.1 Teori Teknologi dalam Bisnis Ekspor	25
2.1.2 Teori Informasi dalam Bisnis Ekspor	27
2.1.3 Teori <i>Website dan Content Management System (CMS)</i>	28

2.1.4 Teori Pemasaran Digital	33
2.1.5 Teori <i>E-commerce</i>	37
2.1.6 Teori Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>)	40
2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Kerangka Pemikiran	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Operasional Variabel	62
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	68
3.4.1 Situasi Sosial.....	68
3.4.2 Sampel Penelitian	72
3.4 Pengumpulan Data	73
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	77
3.5.1 Validitas.....	77
3.5.2 Reliabilitas	79
3.6 Teknik Analisis Data	80
BAB IV	83
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Karakteristik Responden	83
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Implementasi CMS pada Gocean Export.....	85
4.2.2 Fitur Pemesanan Online	94
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
4.3.1 Pembahasan Implementasi CMS dan Fitur “Order Product”	104
4.3.2 Analisis Keterkaitan dengan Masalah Penelitian.....	104

4.3.3 Manfaat yang Telah Terukur	105
4.3.4 Tinjauan Potensi Pengembangan dan Perbaikan	105
4.3.5 Kesimpulan Sementara	106
BAB V	107
KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	117