

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL BELAKANG	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Kegunaan Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>E-Marketing</i>	20
2.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.3 <i>E-Commerce</i>	21
2.3.1 Klasifikasi <i>E-Commerce</i>	21

2.4 Pemasaran Jasa.....	22
2.4.1 Karakteristik Jasa	22
2.5 <i>E-Service Quality</i>	23
2.5.1 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	23
2.6 Iklan	24
2.6.1 Tujuan Iklan	25
2.6.2 Iklan Media Televisi	25
2.6.3 Iklan Media Internet.....	26
2.7 Kreativitas Iklan.....	27
2.7.1 Dimensi Kreativitas Iklan	27
2.8 Minat Beli Ulang.....	28
2.8.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang	29
2.8.2 Indikator Minat Beli Ulang.....	30
2.9 Penelitian Terdahulu	31
2.10 Kerangka Pikir	36
2.11 Kerangka Teoritis.....	37
2.12 Hipotesis	38
2.12.1 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap minat beli ulang	38
2.12.2 Pengaruh kreativitas iklan terhadap minat beli ulang	38
2.12.3 Pengaruh <i>e-service quality</i> dan kreativitas iklan terhadap minat beli ulang.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Sumber Data.....	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Skala Pengukuran Instrumen	41

3.4 Populasi dan sampel.....	41
3.5 Variabel penelitian	42
3.6 Definisi Operasional Variabel	43
3.7 Uji Persyaratan Instrumen.....	44
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	46
3.8.1 Uji Normalitas Sampel.....	46
3.8.2 Uji Homogenitas Sampel	47
3.8.3 Uji Linieritas Sampel	47
3.8.4 Uji Multikolinieritas Sampel.....	47
3.9 Metode Analisis Data.....	48
3.9.1 Regresi Linier Berganda	48
3.10 Pengujian Hipotesis	49
3.10.1 Uji Parsial (Uji –T)	49
3.10.2 Uji Simultan Uji- F)	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	51
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	54
4.2 Uji Persyaratan Instrumen.....	59
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	59
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data	62
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	62
4.3.2 Hasil Uji Homogenitas.....	63
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas	63

4.3.4 Hasil Uji Linieritas.....	64
4.4 Metode Analisis Data.....	64
4.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	64
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi	66
4.5 Pengujian Hipotesis	67
4.5.1 Hasil Uji t.....	67
4.5.2 Hasil Uji F.....	68
4.6 Pembahasan.....	69
4.6.1 Pengaruh kreativitas iklan (X1) terhadap minat beli ulang di situs belanja <i>Online</i> Bukalapak.com	69
4.6.2 Pengaruh <i>e-service quality</i> (X2) terhadap minat beli ulang di situs belanja <i>Online</i> Bukalapak.com	70
4.6.2 Pengaruh kreativitas iklan (X1) dan <i>e-service quality</i> (X2) terhadap minat beli ulang di situs belanja <i>Online</i> Bukalapak.com.....	70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	71
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN