

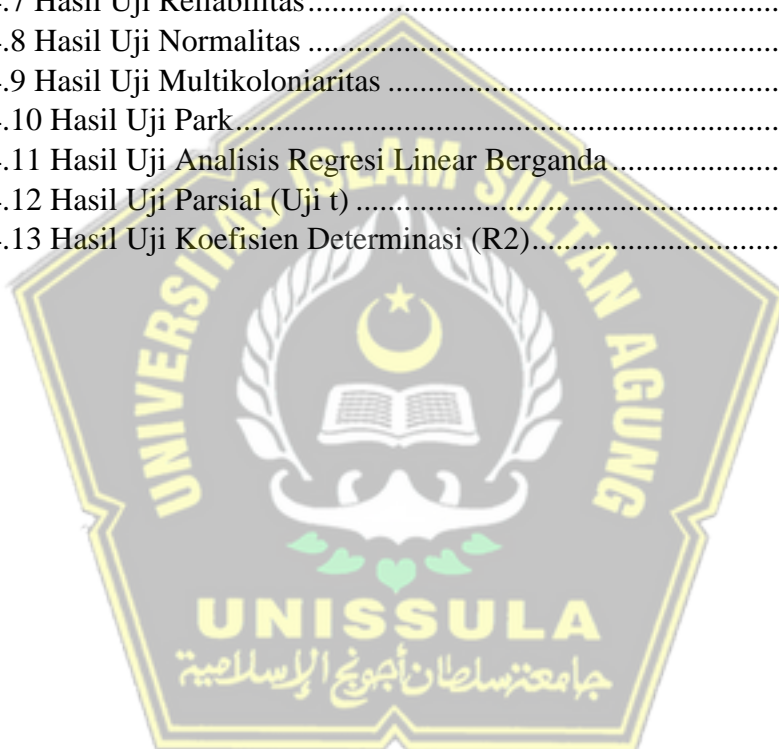
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Minat Beli.....	9
2.1.2 Kualitas <i>Website</i>	10
2.1.3 Kemudahan Penggunaan	12
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM).....	13
2.2. Hubungan Antar Variabel	14
2.2.1. Hubungan Antara Kualitas <i>Website</i> dengan Minat Beli	14
2.2.2. Hubungan Kemudahan Penggunaan Dengan Minat Beli.....	15
2.2.3. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> Dengan Minat Beli	16
2.2.4. Hubungan Antara Kualitas <i>Website</i> Dengan <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM).....	17
2.2.5. Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan Dengan <i>Electronic Word</i> <i>of Mouth</i> (eWOM).....	17
2.3. Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian	19
3.2. Populasi dan Sampel	19
3.2.1. Populasi	19
3.2.2. Sampel.....	19
3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	21
3.3.1. Sumber Data.....	21
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	21
3.4. Variabel dan Indikator.....	21
3.5. Teknik Analisis Data	23
3.5.1. Uji Validitas	23
3.5.2. Uji Reliabilitas / Instrumen	23

3.5.3. Uji Asumsi Klasik	23
3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.5.5. Pengujian Hipotesis.....	25
3.5.6. Uji Sobel.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Data Deskripsi Responden	29
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	29
4.2.1 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i>	30
4.2.2 Analisis Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	31
4.2.3 Analisis Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	33
4.2.4 Analisis Deskriptif Minat Beli	34
4.3 Analisis Instrumen Data	35
4.3.1. Uji Validitas	35
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	35
4.4 Uji Asumsi Klasik	36
4.4.1 Uji Normalitas	36
4.4.2 Uji Multikoleniaritas	37
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	37
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.6 Uji Hipotesis.....	40
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	40
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
4.7 Uji Sobel.....	43
4.8 Pembahasan	45
4.8.1 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Minat Beli	46
4.8.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	47
4.8.3 Pengaruh eWOM Terhadap Minat Beli	48
4.8.4 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap eWOM.....	50
4.8.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap eWOM.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran.....	54
5.3. Keterbatasan Penelitian	55
5.4. Agenda Penelitian Mendatang	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengunjung Lazada.....	4
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	22
Tabel 4.1 Analisis Deskripsi Responden	29
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i>	31
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kemudahan Penggunaan	32
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Electronic Word of Mouth.....	33
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Minat Beli	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikoloniaritas	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Park.....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Uji Scatterplot Persamaan 1	37
Gambar 4.2 Uji Scatterplot Persamaan 2	38
Gambar 4.3 Hasil Uji Sobel 1	44
Gambar 4.4 Hasil Uji Sobel 2	45

