

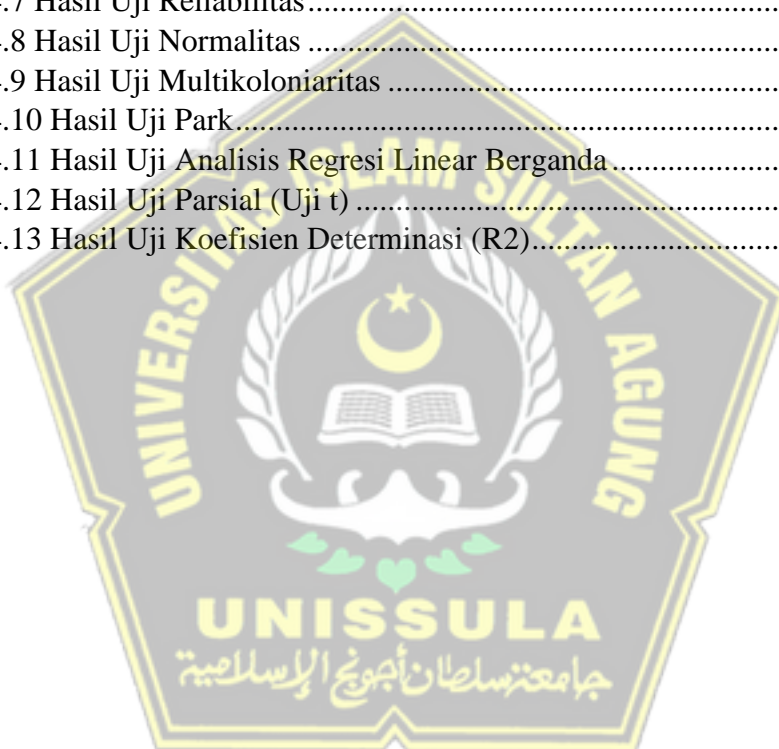
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
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
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
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
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran.....	54
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	55
5.4. Agenda Penelitian Mendatang .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>

## 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 <sup>2</sup> ).....	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

