

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK . .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
2.1 Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	16
2.2 E-commerce (Perdagangan Elektronik).....	18
2.2.1 Pengertian E-commerce .....	18
2.2.2 Jenis-Jenis E-commerce .....	19

2.3 Kualitas Produk.....	20
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.4 Kepercayaan Konsumen.....	25
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	25
2.4.2 Faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen .....	29
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	31
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	31
2.5.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	35
2.6 Penelitian Terdahulu .....	37
2.7 Hubungan Antar Variabel .....	39
2.8 Rerangka Konseptual .....	41
2.10 Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
3.1.1 Waktu Penelitian .....	43
3.1.2 Tempat Penelitian .....	43
3.2 Desain Penelitian.....	43
3.3 Definisi dan Operasional Variabel .....	44
3.3.1 Pengertian Variabel .....	44
3.3.2 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4 Pengukuran Variabel.....	47
3.5 Populasi dan Sampel .....	48
3.5.1 Populasi .....	48

3.5.2 Sampel.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Jenis Data Penelitian .....	50
3.8 Metode Analisis Data.....	51
3.9 Uji Instrumen .....	51
3.9.1 Uji Validitas .....	51
3.9.2 Uji Reabilitas.....	52
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	53
3.10.1 Uji Normalitas .....	53
3.10.2 Uji Multikolineritas .....	53
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.11 Uji Analisis Linear Berganda.....	55
3.12 Koefisien Determinasi.....	56
3.13 Uji Hipotesis .....	57
3.13.1 Uji F (Simultan) .....	57
3.13.2 Uji t (Parsial) .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	58
4.1.1 Sejarah Lazada.co.id .....	58
4.1.2 Lokasi Lazada.co.id.....	60
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	61
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	61
4.3 Karakteristik Profil Responden.....	62

4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
4.5 Hasil Uji Kualitas Data .....	66
4.5.1 Hasil Uji Validitas .....	66
4.5.2 Hasil Uji Reabilitas .....	70
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	71
4.6.1 Hasil Uji Normalitas.....	71
4.6.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	72
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda .....	75
4.8 Hasil Uji Hipotesis .....	77
4.8.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan kolerasi .....	77
4.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	78
4.8.3 Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	78
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian .....	80
4.9.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	80
4.9.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan pelanggan .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	