

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Pemasaran.....	21
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.1.3 Promosi.....	26
2.1.4 Iklan.....	27
2.1.4.1 Iklan Online.....	28
2.1.5 EPIC Model.....	30
2.1.6 Niat Beli.....	36

2.1.7 E-Commerce .....	37
2.1.7.1 Jenis-jenis E-Commerce.....	38
2.1.7.2 Manfaat E-Commerce .....	40
2.1.7.3 Ancaman Menggunakan E-Commerce	41
2.1.7.4 Hambatan Implementasi E-Commerce	42
2.2 Kerangka Pemikiran .....	42
2.3 Penelitian Terdahulu .....	47
2.4 Hipotesa.....	60

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian .....	62
3.2 Metode Penelitian.....	63
3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	63
3.2.2 Operasional Variabel.....	65
3.2.3 Sumber Data Penelitian.....	73
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.2.5 Populasi dan Sampel .....	77
3.2.6 Teknik Penarikan Sampel .....	79
3.3 Teknik Pengolahan Data .....	80
3.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
3.3.2 Statistik Deskriptif .....	82
3.3.3 Analisis Tabulasi Sederhana, Skor Rataan dan EPIC Rate.....	82
3.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
3.4 Pengujian Hipotesis.....	86
3.5 Koefisien Determinasi.....	90

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	91
4.1.1 Sejarah Umum Tokopedia Penelitian.....	91
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	93
4.2 Gambaran Umum Responden .....	93
4.3 Pembahasan Penelitian.....	98
4.3.1 Analisis Deskriptif Empathy, Persuasion, Impact, Communication dan Niat Beli .....	98
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empathy .....	99
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persuasion .....	102
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Impact.....	105
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Communication .....	109
4.3.6 EPIC Rate.....	111
4.3.7 Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli .....	113
4.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	117
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	117
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	121
4.5 Analisis Regresi Berganda .....	123
4.6 Implikasi Manajerial .....	127

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan .....	130
5.2 Saran .....	133

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

