

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	6
B. Pembatasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan.....	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Penegasan Istilah	9
G. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teoritis	12
1. E-Commerce	12
2. Pengembangan Pelayanan Perusahaan E-Commerce	18
3. Harga Produk di E-Commerce	21
4. Saluran Distribusi.....	24
5. Periklanan	27
6. Perilaku Konsumtif	32
B. Penelitian Terdahulu	35

C. Kerangka Konseptual	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Populasi dan Sampel Penelitian	43
C. Sumber Data	45
D. Variabel Penelitian	45
E. Skala Pengukuran	46
F. Instrumen Penelitian	47
G. Teknik Analisis	48
1. Uji Keabsahan Data	49
2. Uji Asumsi Klasik	50
3. Uji Regresi Linear Berganda	55
4. Uji Hipotesis	55
5. Uji Koefisien Determinasi	57
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	58
A. Objek Penelitian	58
B. Deskripsi Responden	60
C. Deskripsi Variabel	63
D. Analisis Data	72
BAB V PEMBAHASAN	87
A. Pengaruh Pengembangan Pelayanan Perusahaan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat.....	87
B. Pengaruh Harga Produk terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat	88
C. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat.....	90
D. Pengaruh Periklanan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat	92
E. Pengaruh Pengembangan Pelayanan Perusahaan, Harga Produk, Saluran Distribusi, Periklanan secara Bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat	93
BAB VI PENUTUP	95
A. Kesimpulan.....	95

B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	102