

## DAFTAR ISI

<u>ISI</u>	<u>NO. HALAMAN</u>
KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Masalah	3
1.3. Tujuan, Ruang Lingkup, dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan	4
1.3.2. Ruang Lingkup	4
1.3.3. Manfaat Penelitian	5
1.4. Kerangka Penulisan	5
<b>BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN</b>	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pemasaran	7
2.1.1.1. Falsafah Manajemen Pemasaran	10
2.1.1.2. Dampak Globalisasi dalam Pemasaran	14
2.1.2. Konsumen	14
2.1.2.1. Perilaku Konsumen	15
2.1.2.2. Faktor – Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
2.1.2.3. Kepuasan Konsumen	22
2.1.3. Permulaan Komersial dalam Internet	25
2.1.3.1. Pengertian Internet	25
2.1.3.2. Sejarah Perkembangan Internet	26
2.1.3.3. Penggunaan <i>Web</i> dalam Pemasaran	29

2.1.3.4. Keunggulan <i>Web</i> dalam Pemasaran	31
2.1.3.5. Tahapan Perkembangan <i>Web</i> dalam Pemasaran	31
2.1.3.6. Manfaat Pemasaran menggunakan Sistem <i>Online</i>	33
2.1.3.7. <i>E – Commerce</i> (EC)	36
2.1.3.7.1. Manfaat <i>E – Commerce</i> (EC)	39
2.1.3.7.2. Keterbatasan <i>E – Commerce</i> (EC)	41
2.2. Penelitian Terdahulu	43
2.3. Kerangka Pemikiran	45
2.3.1. Hubungan antara Perilaku Konsumen, Minat Konsumen Terhadap Kupon dan Tampilan <i>Website</i> Secara Bersama - Sama Dengan Tingkat Ketertarikan Konsumen dalam Mengunjungi <i>Website</i> Kuponbelanja	45
2.3.2. Faktor yang Paling Mempengaruhi Tingkat Ketertarikan Konsumen dalam Mengunjungi <i>Website</i> Kuponbelanja.	46
2.3.3. Berapa Besar Tingkat Ketertarikan Konsumen Dalam Mengunjungi <i>Website</i> Kuponbelanja Apabila Bisnis <i>Website</i> Kuponbelanja Tersebut Direalisasikan.	46
2.4. Hipotesis Penelitian	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	48
3.1. Jenis dan Periode Penelitian	48
3.2. Populasi Penelitian, Rancangan Sampling, dan Prosedur Sampling	48
3.2.1. Populasi Penelitian	48
3.2.2. Rancangan Sampling	49
3.2.3. Prosedur Sampling	49
3.3. Variabel Penelitian dan Variabel Operasional	50
3.3.1. Variabel Penelitian	50
3.3.2. Variabel Operasional	51
3.4. Metode Analisis	52
3.4.1. Pengumpulan Data	52
3.4.2. Uji Validitas	52
3.4.3. Uji Reliabilitas	54
3.5. Analisis Data	55
3.5.1. Analisis Distribusi Frekuensi	55

3.5.2. Analisis Korelasi dan Regresi Berganda	56
3.6. Tes Hipotesis	59
<b>BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN</b>	61
4.1. Identitas Responden	61
4.1.1. Jenis Kelamin	61
4.1.2. Usia	62
4.1.3. Status	63
4.1.4. Strata	64
4.1.5. Pekerjaan	65
4.1.6. Pendapatan per Bulan	66
4.2. Minat Responden Terhadap Promosi Kupon / <i>Voucher</i>	67
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Masa Berlaku <i>Voucher</i>	67
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis <i>Voucher</i>	68
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Hari Raya	69
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Tempat yang Diminati	70
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Elektronik	71
4.2.6. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Produk	72
4.2.7. Profil Responden berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Jasa	73
4.3. Tertarik Dengan <i>Website</i> Kuponbelanja.com	74
4.4. Analisa Korelasi	75
4.5. Analisa Regresi Berganda	76
4.5.1. Koefisien Determinasi	76
4.5.2. Uji Simultan dengan F-Test	77
4.5.3. Uji Parsial dengan t-Test	78
4.5.4. Persamaan pada Model Regresi	79
4.5.5. Harapan Nilai Variabel Y	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	81
5.1. Kesimpulan	81
5.1.1. Kesimpulan Dari Hasil Analisis Regrsi Ganda	81
5.1.2. Kesimpulan Dari Hasil Analisis Distribusi Frekuensi	82
5.2. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Perbedaan Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran	12
Gambar 2.2. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan	13
Gambar 2.3. Pesan Metode Komunikasi	28
Gambar 2.4. Siklus <i>Web</i> Sederhana	30
Gambar 2.5. Kontak Pelanggan Meningkatkan Dengan Interaktivitas	44
Gambar 3.1. Konstelasi Hubungan Antara Variabel Bebas dan Variabel Terikat Dalam Penelitian Penggunaan <i>Website</i> Kuponbelanja.com Sebagai media Promosi	50
Gambar 4.1. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Gambar 4.2. Profil Responden Menurut Usia	62
Gambar 4.3. Profil Responden Menurut Status	63
Gambar 4.4. Profil Responden Menurut Strata	64
Gambar 4.5. Profil Responden Menurut Pekerjaan	65
Gambar 4.6. Profil Responden Menurut Pendapatan per Bulan	66
Gambar 4.7. Profil Responden Berdasarkan Masa Berlaku <i>Voucher</i>	67
Gambar 4.8. Profil Responden Berdasarkan Jenis <i>Voucher</i>	68
Gambar 4.9. Profil Responden Berdasarkan Hari Raya	69
Gambar 4.10. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Tempat yang Diminati	70
Gambar 4.11. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Elektronik	71
Gambar 4.12. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Produk	72
Gambar 4.13. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Jasa	73
Gambar 4.14. Profil Responden Berdasarkan Ketertarikan Konsumen terhadap <i>Website</i>	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Interpretasi Terhadap Nilai $r$ Hasil Analisis Korelasi	57
Tabel 4.1. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2. Profil Responden Menurut Usia	62
Tabel 4.3. Profil Responden Menurut Status	63
Tabel 4.4. Profil Responden Menurut Strata	64
Tabel 4.5. Profil Responden Menurut Pekerjaan	65
Tabel 4.6. Profil Responden Menurut Pendapatan per Bulan	66
Tabel 4.7. Profil Responden Berdasarkan Masa Berlaku <i>Voucher</i>	67
Tabel 4.8. Profil Responden Berdasarkan Jenis <i>Voucher</i>	68
Tabel 4.9. Profil responden berdasarkan Hari Raya	69
Tabel 4.10. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Tempat yang Diminati	70
Tabel 4.11. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Elektronik	71
Tabel 4.12. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Produk	72
Tabel 4.13. Profil Responden Berdasarkan <i>Voucher</i> untuk Jasa	73
Tabel 4.14. Profil Responden Berdasarkan Ketertarikan Konsumen terhadap <i>Website</i>	74
Tabel 4.15. <i>Correlation</i>	75
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.17. Tabel Anova	77
Tabel 4.18. Uji Statistik $t$	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kisi – kisi kuesioner setelah Uji Validitas dan Reliabilitas	88
Lampiran B. Hasil Kuesioner	98
Lampiran C. Analisa Deskriptif	111
Lampiran D. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	131
Lampiran E. Pengujian Regresi	168
Lampiran F. Desain Layout Website Kuponbelanja	172
Lampiran G. Kerangka Berpikir	177