

Daftar Isi	
KATA PENGANTAR	i
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Peneliti.....	4
1.3.1. Maksud Penelitian	4
1.3.2. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	5
1.4.2. Kegunaan Akademisi.....	5
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	6
1.5.1. Lokasi Penelitian	6
1.5.2. Waktu Penelitian	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	7
DAN HIPOTESIS.....	7
2.1. Kajian Pustaka	7
2.1.1. Definisi <i>E-commerce</i>	7
2.1.2. Definisi Penjualan.....	12
2.1.3. Hasil Penelitian Terdahulu	15
2.2.1. Teori keterkaitan.....	21
2.3. Paradigma Peneitian	21
2.4. Hipotesis	22
BAB III.....	23
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Objek Penelitian.....	23
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.2.1. Desain Penelitian	25

3.2.2.	Oprasional Variabel Penelitian.....	26
3.2.3.	Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	28
3.2.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.5.	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	37
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.2	Struktur Perusahaan	45
4.1.3	Visi, Misi, Motto, serta Kebijakan Mutu	45
4.2	Karateristik Responden	47
4.3	Analisis Deskriptif	49
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-commerce</i>	50
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Penjualan	55
4.4	Analisis Verifikatif.....	60
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.2	Persamaan Regresi linier sederhana	64
4.4.3	Analisis Koefesien Korelasi (R).....	65
4.4.4	Analisis Koefesien Determinasi (R^2)	66
4.4.5	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	67
BAB V.....		69
KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran.....	70
Daftar Pustaka		72