## DAFTAR ISI

**Halaman**

***ABSTRACT*** ……. vii

**ABSTRAK** …….. viii

**KATA PENGANTAR** …… ix

**DAFTAR ISI** …….. xii

**DAFTAR TABEL** …….. xviii

**DAFTAR GAMBAR** …….. xxi

**DAFTAR LAMPIRAN** …….. xxii

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian …….. 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah …… 9

1.2.1 Identifikasi Masalah ...……..... 9

1.2.2 Rumusan Masalah …...…….. 10

1.3 Tujuan Penelitian ……..... 10

1.4 Kegunaan Penelitian ……... 11

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian ……. 12

1.5.1 Lokasi Penelitian ……...…… 12

1.5.2 Waktu Penelitian ……...…… 12

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

2.1 Kajian Pustaka ……... 13

**Halaman**


2.1.1 Pemasaran ……. 13

2.1.1.1 Bauran Pemasaran ……. 14

2.1.1.2 Promosi …….. 15

2.1.1.3 Bauran Promosi ……. 16

2.1.1.4 Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)* ……. 16

2.1.2 *E-Commerce* ……..…… 17

2.1.2.1 Pengertian *E-Commerce* ……..…….. 17

2.1.2.2 Penggolongan *E-Commerce* ……..…….**.....** 18

2.1.2.3 Faktor-faktor Keberhasilan *E-Commerce* ……..…… 20

2.1.2.4 Manfaat *E-Commerce* …… 21

2.1.2.5 Dampak Positif & Negatif *E-Commerce* Bagi Dunia Bisnis 23

2.1.2.6 Dimensi Variabel *E-Commerce* ……..……. 25

2.1.3 Reputasi Perusahaan ……..…… 26

2.1.3.1 Pengertian Reputasi Perusahaan …… 27

2.1.3.2 Interpretasi Reputasi Perusahaan …….. 28

2.1.3.3 Dimensi Variabel Reputasi Perusahaan ……**.....** 30

2.1.4 Keunggulan Bersaing ……...……. 31

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing ……..…..**.....** 31

2.1.3.2 Strategi Kompetitif Keunggulan Bersaing ……..…….. 32

2.1.3.3 Dimensi Variabel Keunggulan Bersaing …….……. 35

2.1.5 Penelitian Terdahulu ……..…… 36

2.2 Kerangka Pemikiran ……**..** 38

**Halaman**

2.2.1 Keterkaitan Penerapan *E-Commerce* dengan Reputasi Perusahaan 43

2.2.2 Keterkaitan Penerapan *E-Commerce* dengan Keunggulan Bersaing 43

2.2.3 Keterkaitan Reputasi Perusahaan dengan Keunggulan Bersaing 45

2.3 Hipotesis …… 47

**BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian ……. 48

3.2 Metode Penelitian …….. 48

3.2.1 Desain Penelitian ……..…….**.....** 50

3.2.2 Operasional Variabel ……..……... 55

3.2.3 Jenis dan Sumber Data …….. 58

3.2.3.1 Jenis Data ……...…….**....** 58

3.2.3.2 Sumber Data …….. 58

3.2.4 Teknik Penentuan Data ……. 62

3.2.4.1 Populasi ……...…… 62

3.2.4.2 Sampel ……...…… 62

3.2.5 Teknik Pengujian Data ……..……... 64

3.2.5.1 Uji Validitas ……... 64

3.2.5.2 Uji Reliabilitas ……... 67

3.2 6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis ……..……. 69

3.2.6.1 Rancangan Analisis ……...……. 69

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis ……..……. 81

**Halaman**

3.2.7 Penarikan Kesimpulan ……..…….....  86

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan …….....  87

4.1.1 Sejarah PT. Balai Iklan Bandung ……..……..  87

4.1.2 Visi PT. Balai Iklan Bandung ...……..…….  88

4.1.3 Misi PT. Balai Iklan Bandung …..…….....  89

4.1.4 Struktur Organisasi PT. Balai Iklan Bandung …..…….....  89

4.1.5 *Job Description* (Uraian Tugas) ……...…….  90

4.2 Karakteristik Responden ……  93

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ……..……..  93

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia ……..……  94

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan …..……..  95

4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan ……..……  96

4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Rata-rata per Bulan ……..  97

4.3 Hasil Pembahasan …….  98

4.3.1 Analisis Kualitatif (Metode Deskriptif) ……..……  98

4.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel *E-Commerce* ($X_1$) ..…..……  98

1. Reliabilitas / Kehandalan ……...  99

2. Keamanan ..……..…….....  100

3. Tampilan ……..……...  101

**Halaman**


4. Akses ……..…….. 102

5. Kemudahan Penggunaan ……..……..…… 103

6. Responsivitas ……..……..…….. 104

7. Komunikasi ……..……..…… 105

8. Total Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Penerapan E-Commerce ($X_1$) ……..…….. 106

4.3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Reputasi Perusahaan ($X_2$) … 109

1. Persepsi Terhadap Perusahaan ……..…….…..... 109

2. Kekaguman dan Respek ……...……..…. 110

3. Kepercayaan ……..…….....**...** 111

4. Reputasi Keseluruhan ……..……...……. 112

5. Total Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Reputasi Perusahaan ($X_2$) …….**.....** 113

4.3.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing (Y) … 116

1. Kepekaan Terhadap Pasar **..**…….…… 116

2. Kualitas Produk/Jasa dan Layanan ……..……..**..** 117

3. Diferensiasi Produk ……..……..…… 118

4. Inovasi …….……...…… 119

5. Total Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing (Y) ……..... 120

4.3.2 Analisis Verifikatif ……..……. 122

4.3.2.1 Pengujian Asumsi Klasik ……..…… 123

**Halaman**

1. Uji Asumsi Serial Korelasi …… 123

2. Uji Asumsi Normalitas ……. 125

3. Uji Asumsi Linearitas ……... 126

4. Uji Asumsi Multikolinearitas …… 127

5. Uji Asumsi Heteroskedastisitas …… 130

4.3.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda ……. 133

4.3.2.3 Analisis Koefisien Determinasi ……. 134

4.3.3 Pengujian Hipotesis ……..……..... 136

4.3.3.1 Pengaruh Penerapan *E-Commerce* dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing (Uji t) …..... 136

4.3.3.2 Pengaruh Penerapan *E-Commerce* dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing (Uji F) …..... 139

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan …… 142

5.2 Saran …….. 145

**DAFTAR PUSTAKA** ……. 148

**LAMPIRAN** …… 154