

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
G. Kerangka Pemikiran	13
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran Jasa	17
1. Pengertian Jasa	17
2. Karakteristik Jasa	19

B. <i>Repurchase Intention</i>	23
1. Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	23
2. Dimensi <i>Repurchase Intention</i>	26
C. Iklan	27
1. Pengertian Iklan	27
2. Tujuan Iklan	29
3. Dimensi Iklan	31
D. <i>E-Service Quality</i>	32
1. Pengertian <i>E-Service Quality</i>	32
2. Dimensi <i>E-Service Quality</i>	33
E. Pandangan Ekonomi Islam terhadap Jasa	35
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	37
G. Hubungan antar Variabel	45
H. Hipotesis Penelitian	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	49
B. Metode Penentuan Populasi dan Sampel	50
C. Metode Penelitian	54
D. Metode Pengumpulan Data	55

E. Metode Analisis Data	56
F. Operasional Variabel Penelitian	69

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	76
1. Sejarah Singkat <i>Marketplace</i> Tokopedia	76
2. Visi <i>Marketplace</i> Tokopedia	77
B. Deskripsi Responden	78
C. Hasil Uji Kualitas Data	81
D. Statistik Deskriptif	88
E. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	119
F. Hasil Uji Hipotesis	121
G. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	126
H. Hasil Uji Asumsi Klasik	127
I. Pembahasan Hasil Penelitian	140

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	145
B. Saran	146

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN