

# DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Persetujuan .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Masalah.....	1
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	2
1.3.1 Tujuan.....	2
1.3.2 Manfaat.....	2
1.4 Ruang Lingkup Pembahasan.....	2
1.5 Sistematika Penulisan.....	2
BAB II LANDASAN TEORI DAN KONSEPTUAL.....	4
2.1 Internet.....	4
2.2 Nilai Bisnis dari Internet.....	4
2.3 Teknologi Informasi dan Kerangka Value Chain Michael Porter .....	4
2.4 Peranan Penting Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) di dalam E-Commerce.....	6
2.5 E-Commerce (Perdagangan Elektronik).....	8
2.6 Karakteristik dari Model Ekonomis untuk E-Commerce.....	11
2.7 E-Business Value Matrix.....	11

2.7.1 Kuadran 1: New Fundamentals.....	12
2.7.2 Kuadran 2: Rasional Experimentation.....	13
2.7.3 Kuadran 3: Operational Experience.....	13
2.7.4 Kuadran 4: Breakthrough Strategies.....	13
2.8 Tipe Transaksi Bisnis Perdagangan Elektronik.....	14
2.8.1 Open Market Community.....	15
2.8.2 Aggregation Community.....	16
2.8.3 Value Chain Community.....	16
2.8.4 Alliance Community.....	16
2.9 Perbandingan B2B (Business to Business) dengan B2C.....	17
(Business to Customer)	
2.10 Mekanisme Transaksi Pembayaran di Internet.....	18
2.11 Metode Pembayaran dengan Digital Cash.....	21
2.12 Implementasi Digital Signature dalam Proses Otentifikasi...	22
2.13 Keberhasilan suatu Perdagangan Elektronik.....	24
2.14 Kesalahan Utama dalam Memulai Bisnis di Dunia Maya...	25
2.15 Jurus Membangun dan Mempertahankan Loyalitas .....	28
Konsumen	
<b>BAB III METODOLOGI RISET.....</b>	<b>31</b>
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.3 Metode Pengukuran Data.....	31
3.4 Variabel Penelitian.....	32
<b>BAB IV ANALISA HASIL SURVEI.....</b>	<b>33</b>
4.1 Profil Umum Responden.....	33
4.2 Profil Khusus Responden.....	34
4.3 Hipotesis Untuk Data Responden.....	38
4.4 Analisa Hubungan Antar Variabel.....	39
4.5 Kuestioner Utama.....	41

4.6 Hasil Analisa Deskriptif Tahap ke-1, Proses Mencari dan Memilih Produk .....	41
4.7 Hipotesis Untuk Tahap ke -1.....	49
4.8 Analisa Relasi Antar Variabel Tahap ke-1.....	49
4.9 Tahap ke-2 : Pembelian.....	49
4.10 Hipotesis Untuk Tahap ke-2.....	52
4.11 Analisa Hasil Hubungan Antar Variabel Pada Tahap ke-2..	53
4.12 Tahap ke-3 : Pemesanan, Pembayaran, dan Pengiriman.....	54
4.13 Hipotesis Tahap ke-3.....	59
4.14 Analisa Hubungan Antar Variabel Pada Tahap ke-3.....	59
4.15 Tahap ke-4 : Jasa Purna Jual.....	61
4.16 Hipotesa Tahap ke-4.....	64
4.17 Analisa Hasil Hubungan Antar Variabel Pada Tahap ke-4 .....	65
 BAB V KESIMPULAN.....	 66
5.1 Gambaran Secara Umum.....	66
5.2 Profil Umum Responden.....	66
5.3 Kesimpulan Analisa Hipotesis Responden.....	67
5.4 Kesimpulan Analisa Hipotesis Tahap ke-1.....	68
5.5 Kesimpulan Analisa Hipotesis Tahap ke-2.....	69
5.6 Kesimpulan Analisa Hipotesis Tahap ke-3.....	70
5.7 Kesimpulan Analisa Hipotesis Tahap ke-4.....	71
 DAFTAR PUSTAKA.....	 72
 LAMPIRAN	
KUESTIONER	
RIWAYAT HIDUP	