

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i> .....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	2
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Promosi .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian Promosi .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2 Tujuan Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 <i>Marketing Communication</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1 Pengertian <i>Marketing Communication</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.2 <i>Marketing Communication Mix</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 <i>Interactive Marketing (Internet Marketing)</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.1 Keunggulan dan Kelemahan Pemasaran Interaktif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.6.2 Sifat, Indikator dan Wilayah Pemasaran Interaktif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6.3 Tujuh Tahapan <i>Internet Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7 <i>Customer interface</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.1 <i>Context</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.2 <i>Content</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.3 <i>Community</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.4 <i>Customization</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.5 <i>Communication</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.6 <i>Connection</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.7 <i>Commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8 <i>E-Business, E-Marketing</i> ,.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8.1 <i>E-Business</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8.2 <i>E-Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8.3 <i>E-Commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8.4 <i>E-Marketplace</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8.5 Review Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.7 Rancangan Analisis dan Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Rancangan Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Rancangan Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Profil Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3 Gambaran Umum Pengalaman Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4 Gambaran <i>Customer Interface</i> Menurut Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.5 Hasil Pengujian Statistik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel <i>Rangking</i> Di Indonesia .....	6
Tabel 1.2 Tabel <i>statistic</i> bukalapak.com.....	7
Tabel 1.3 Tabel <i>statistic</i> tokopedia.com.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kompetensi .....	54
Tabel 3.2 Jumlah Pengunjung Bukalapak dan Tokopedia .....	58
Tabel 3.3 Tabel Intrepretasi Nilai r .....	61
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel <i>customer interface</i> bukalapak.com .....	61
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel <i>customer interface</i> tokopedia.com.....	65
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel <i>Customer Interface</i> .....	70
Tabel 3.7 Kriteria Bobot Nilai Alternatif.....	71
Tabel 3.8 Rekapitulasi Pengolahan Data.....	72
Tabel 4.1 Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Marketing Place</i> yang paling sering dikunjungi.....	91
Tabel 4.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Marketplace Yang Memiliki Tampilan Lebih menarik .....	89
Tabel 4.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Marketplace Yang Sering Melakukan Pembelian.....	89
Tabel 4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan barang apa yang dibeli ketika mengunjungi marketplace .....	90
Tabel 4.5 Gambaran Responden Terhadap Indikator Context Bukalapak.....	92
Tabel 4.6 Gambaran Responden Terhadap Indikator Context Tokopedia.....	94
Tabel 4.7 Gambaran Responden Terhadap Indikator Content Bukalapak.....	97
Tabel 4.8 Gambaran Responden Terhadap Indikator Content Tokopedia.....	98
Tabel 4.9 Gambaran Responden Terhadap Indikator Community Bukalapak .	101
Tabel 4.10 Gambaran Responden Terhadap Indikator Community Tokopedia	104
Tabel 4.11 Gambaran Responden Terhadap Indikator Customization Bukalapak .....	107

Tabel 4.12 Gambaran Responden Terhadap Indikator Customization Tokopedia .	108
Tabel 4.13 Gambaran Responden Terhadap Indikator Communication Bukalapak	110
Tabel 4.14 Gambaran Responden Terhadap Indikator communication Tokopedia	111
Tabel 4.15 Gambaran Responden Terhadap Indikator Connection Bukalapak	114
Tabel 4.16 Gambaran Responden Terhadap Indikator Connection Tokopedia	115
Tabel 4.17 Gambaran Responden Terhadap Indikator Commerce Bukalapak .	117
Tabel 4.18 Gambaran Responden Terhadap Indikator Commerce Tokopedia .	118
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Customer Interface pada Bukalapak Dan Tokopedia	122
Tabel 4.20 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	126
Tabel 4.21 Ringkasan Hipotesis Uji Mann Whitney U-Test Bukalapak dan Tokopedia	127

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Pengguna <i>Internet</i> di Dunia.....	2
Gambar 1.2 Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Active ECommerce Shoppers .....	4
Gambar 1.4 E-Commerce By Device In Indonesia.....	5
Gambar 1.5 Persentase marketplace pilihan masyarakat terhadap bukalapak & tokopedia	8
Gambar1.6 Contoh komentar dalam forum diskusi yang dilakukan id.technesia.com	8
Gambar 2.1 Rincian Bauran Pemasaran .....	15
Gambar 2.2 Tujuh Tahapan Internet Marketing .....	24
Gambar 2.3 Bricks and Mortar Segmentation Scenarios .....	26
Gambar 2.4 Bricks and Mortar Segmentation Scenarios .....	28
Gambar 2.5 Map of 7Cs Framework .....	33
Gambar 2.6 Klasifikasi Pemasaran Online .....	41
Gambar 2.7 Model Bisnis E-Marketplace .....	44
Gambar 2.8 Model Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 2.9 Paradigma Pemikiran .....	50
Gambar 3.1 Garis Kontinum.....	73
Gambar 4.1 Gambaran Persaingan Bukalapak dan Tokopedia .....	82
Gambar 4.2 Tampilan Bukalapak dan Tokopedia.....	83
Gambar 4.3 Display Produk Bukalapak dan Tokopedia.....	83
Gambar 4.4 Tampilan Spesifikasi Produk Bukalapak dan Tokopedia .....	84
Gambar 4.5 Tampilan Komunikasi Bukalapak dan Tokopedia .....	84
Gambar 4.6 Tampilan Sistem Pembayaran Bukalapak dan Tokopedia.....	85
Gambar 4.7 Tampilan Sistem Pengiriman Bukalapak dan Tokopedia .....	85
Gambar 4.8 Tampilan Dashboard Bukalapak dan Tokopedia .....	86
Gambar 4.9 Karakteristik Usia Responden .....	87
Gambar 4.10 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	88
Gambar 4.11 Karakteristik Pendapatan Per Bulan Responden .....	89
Gambar 4.12 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Context	97
Gambar 4.13 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Content	101
Gambar 4.14 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Community .....	105

Gambar 4.15 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Costumization .....	109
Gambar 4.16 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Communication .....	112
Gambar 4.17 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Connection .....	117
Gambar 4.18 Analisis Perbandingan Tokopedia dan Bukalapak Indikator Commerce .....	120
Gambar 4.19 Gambar Perbandingan Customer Interface Bukalapak dan Tokopedia menurut responden .....	123
Gambar 4.20 Garis Kontinum Customer Interface Pada Bukalapak Dan Tokopedia	124