

DAFTAR ISI

Halaman Cover	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar.....	v
Pernyataan	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar	ix
Abstract	x
Abstraksi	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
A. E-Commerce	5
B. Pemasaran	10
C. Promosi	11
D. Persepsi Konsumen	13
BAB III PEMBAHASAN	15
A. Tinjauan Umum.....	15
B. Alur Sistem	24
C. Pembahasan.....	35
BAB IV PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 logo OLC.co.id	18
Gambar 3.2 Logo Tokopedia.com (2009-sekarang)	20
Gambar 3.3 Traffic penjualan OLX.co.id periode oktober 2016 – juli 2017	21
Gambar 3.4 Traffic penjualan Tokopedia.com periode oktober 2016 – juli 2017.....	23
Gambar 3.5 Gambar alur sistem pembelian OLX.co.id	24
Gambar 3.6 Tampilan awal OLX	25
Gambar 3.7 Tampilan kategori OLX.co.id.....	26
Gambar 3.8 Tampilan search atau pencarian barang	26
Gambar 3.9 Tampilan produk di OLX.co.id	27
Gambar 3.10 Tampilan nomor telephone pengiklan.....	28
Gambar 3.11 Gambar alur sistem pembelian Tokopedia.com.....	29
Gambar 3.12 . Tampilan awal masuk tokopedia.com.....	30
Gambar 3.13 Tampilan daftar akun dan login.....	31
Gambar 3.14 Tampilan kategori barang.....	31
Gambar 3.15 Tampilan produk yang diinginkan	32
Gambar 3.16 Tampilan cek stok barang.....	33
Gambar 3.17 Tampilan transaksi dan pembayaran.....	34
Gambar 3.18 Tampilan pembayaran dan opsi transfer rekening	34