

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	iv
<b>ABSTRAK .....</b>	v
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI .....</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xv
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. <i>Online Promotion</i> .....	9
2. <i>Sistem Dropship</i> .....	22
3. <i>Market Share</i> .....	31
B. Penelitian Terdahulu .....	38
C. Hipotesis Penelitian.....	42
D. Kerangka Berfikir .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan .....	44
B. <i>Setting</i> Penelitian .....	44
C. Populasi dan Sampel .....	45
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Tata Variabel Penelitian.....	49
F. Definisi Operasional Variabel.....	50
G. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
H. Uji Asumsi Klasik.....	52
I. Teknik Analisis Data.....	54

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... 58
  - 1. Sejarah Pasar Rakyat Sido Makmur Blora..... 58
  - 2. Visi, Misi dan Tujuan Pasar Rakyat Sido Makmur Blora ..... 58
  - 3. Struktur Organisasi Pasar Rakyat Sido Makmur Blora..... 59
- B. Gambaran Umum Responden ..... 60
  - 1. Jenis Kelamin Responden..... 60
  - 2. Umur Responden ..... 61
  - 3. Tingkat Pendidikan Responden ..... 62
- C. Deskripsi Data Penelitian ..... 63
  - 1. Variabel *Online Promotion*..... 63
  - 2. Variabel Sistem *Dropship*..... 64
  - 3. Variabel *Market Share*..... 65
- D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen..... 66
  - 1. Uji Validitas ..... 66
  - 2. Uji Reliabilitas..... 67
- E. Uji Asumsi Klasik ..... 68
  - 1. Uji Multikolinieritas ..... 68
  - 2. Uji Autokorelasi ..... 69
  - 3. Uji Heteroskedastisitas ..... 70
  - 4. Uji Normalitas ..... 71
- F. Analisis Data..... 72
  - 1. Analisis Regresi Linear Berganda ..... 72
  - 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... 73
  - 3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)..... 74
  - 4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) ..... 76
- G. Pembahasan Hasil Penelitian..... 77
  - 1. Pengaruh *Online Promotion* terhadap *Market Share*..... 77
  - 2. Pengaruh Sistem *Dropship* terhadap *Maket Share*..... 79

**BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan ..... 81
- B. Keterbatasan Penelitian..... 82
- C. Saran ..... 82
- D. Penutup ..... 82

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1	Sampel Penelitian .....	46
Tabel 3.2	Definisi operasional .....	50
Tabel 3.3	Kriteria Uji Durbin Watson (D-W test) .....	53
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	61
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	62
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Online Promotion</i> (X1) .....	63
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Variabel Sistem <i>Dropship</i> (X2) .....	64
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Market Share</i> (Y).....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen .....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolonieritas .....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji Autokorelasi .....	69
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi .....	74
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji T (Parsial).....	75
Tabel 4.14	Uji F Simultan .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet .....	2
Gambar 2.1	Skema Sistem <i>Dropship</i> :.....	27
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir .....	43
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pasar Rakyat Sido Makmur Blora .....	59
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	70
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas .....	71

