

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang	3
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II STUDI PUSTAKA.	11
2.1. Literatur.....	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Pemasaran Digital.....	14
2.1.8. Penelitian Terdahulu	29
2.2. Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Sistematika Penyelesaian Masalah	40
3.2. Operasioanal Variabel.....	40
3.2.1. Skala Pengumuman	45
3.3. Tahapan Penelitian	45
3.4. Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1. Populasi.....	47
3.4.2. Sampel	47
3.5. Pengumpulan data dan sumber data.....	48
3.5.1. Data Primer	48

3.5.2.	Data Sekunder	48
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1.	Uji Validitas	49
3.6.2.	Uji Reabilitas	50
3.7.	Teknik Analisis Data	53
3.7.1.	Analisis Deskriptif	53
3.9.	Pengujian Hipotesis	59
BAB IV.....		60
4.1	Karakteristik Responden	60
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	60
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.3	Analisis Deskriptif	61
4.1.3.4	Analisis Deskriptif Variabel E-trust.....	65
4.2	Pengolahan Data	68
4.3	Verifikasi Hasil.....	68
4.3.4	Uji Reliabilitas.....	74
4.5	Uji Hipotesis.....	78
4.6	Uji Stimultan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Saran	86
5.2.1	Saran Akademis.....	86
5.2.2	Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		92
Pertanyaan Screening		92
Demografi Responden.....		92