

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	12
1. Identifikasi	12
2. Perumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Teoritis	14
2. Manfaat Praktik	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Kajian Penelitian Terdahulu	15
B. Konsep dan Teori	18
1. Konsep	18
2. Teori.....	19
a. <i>Grand Theory</i>	19
1) Manajemen	19
a) Definisi Manajemen.....	19
b) Tujuan Manajemen	22
c) Fungsi Manajemen.....	22

d) Manfaat Manajemen	24
e) Unsur-Unsur Manajemen	25
f) Peran Manajemen.....	26
b. <i>Middle Theory</i>	27
1) Manajemen Pemasaran.....	27
a) Definisi Manajemen Pemasaran	27
b) Tujuan Manajemen Pemasaran	28
c) Fungsi Manajemen Pemasaran	30
d) Manfaat Manajemen Pemasaran	30
2. Manajemen Pemasaran Jasa.....	31
a) Definisi Pemasaran Jasa.....	31
b) Tujuan Pemasaran Jasa	31
c) Fungsi Pemasaran Jasa.....	32
d) Manfaat Pemasaran Jasa	32
e) Bauran Pemasaran Jasa	33
c. <i>Applied Theory</i>	35
1) Keputusan Pembelian.....	35
a) Definisi Keputusan Pembelian	35
b) Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	36
c) Dimensi dalam Keputusan Pembelian	38
2) <i>E-Service Quality</i>	42
a) Definisi <i>E-Service Quality</i>	42
b) Karakteristik <i>E-Service Quality</i>	43
c) Dimensi <i>E-Service Quality</i>	44
3) <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital).....	45
a) Definisi <i>Digital Marketing</i>	45
b) Tujuan <i>Digital Marketing</i>	46
c) Manfaat <i>Digital Marketing</i>	46
d) Dimensi <i>Digital Marketing</i>	47
4) <i>Brand Trust</i>	48
a) Definisi <i>Brand Trust</i>	48

b) Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i>	49
c) Dimensi <i>Brand Trust</i>	51
C. Kerangka Berpikir	53
D. Hipotesis	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	59
A. Metode dan Pendekatan.....	59
1. Metode	59
2. Pendekatan	59
B. Jenis dan Sumber Data	60
1. Jenis Data	60
2. Sumber Data.....	61
C. Populasi dan Sampel.....	61
1. Populasi.....	61
2. Sampel	61
D. Operasional Variabel.....	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	68
1. Observasi.....	68
2. Kuesioner	69
F. Teknik Analisis Data.....	70
1. Analisis Statistik Deskriptif	71
2. Uji Validitas	72
3. Uji Reliabilitas.....	73
4. Uji Asumsi Klasik	74
a. Uji Normalitas.....	74
b. Uji Multikolinearitas	74
c. Uji Autokorelasi.....	75
d. Uji Heteroskedastisitas	76
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
6. Analisis Uji Hipotesis	78
1) Uji t (Parsial)	78
2) Uji f (Simultan)	80

6. Analisis Determinasi.....	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
1. Sejarah dan Profil Perusahaan.....	83
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	88
3. Struktur Organisasi Perusahaan	88
4. Fitur Aplikasi <i>Stockbit</i> Sekuritas.....	89
B. Hasil Analisis Data Penelitian.....	99
1. Hasil Deskriptif Data	99
a. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data.....	100
b. Karakteristik Responden Penelitian	100
1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	101
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	102
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	103
c. Deskriptif Tanggapan Responden Penelitian.....	104
2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	114
a. Hasil Uji Validitas.....	114
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	117
c. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	118
1) Uji Normalitas.....	118
2) Uji Multikolinearitas	122
3) Uji Autokorelasi.....	123
4) Uji Heteroskedastisitas	125
d. Analisis Linear Berganda	127
e. Uji Hipotesis	129
f. Analisis Koefisien Determinasi.....	141
C. Pembahasan Hasil Penelitian	143
BAB V PENUTUP	150
A. Kesimpulan.....	150
B. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154

LAMPIRAN	161
Lampiran 1 : SK Skripsi.....	161
Lampiran 2 : Survei Awal Penelitian.....	162
Lampiran 3 : Hasil Jawaban Survei Awal Penelitian	163
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian	164
A. E-Service Quality (X1)	167
B. Digital Marketing (X2)	167
C. Brand Trust (X3).....	168
D. Keputusan Pembelian (Y)	168
Lampiran 5 : Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian	170
A. E-Service Quality (X1)	170
B. Digital Marketing (X2)	172
C. Brand Trust (X3).....	175
D. Keputusan Pembelian (Y)	178
Lampiran 6 : Distribusi nilai r-tabel, t-tabel, f-tabel, dan durbin watson	181
A. Distribusi nilai r-tabel	181
B. Distribusi nilai t-tabel.....	182
C. Distribusi nilai f-tabel	185
D. Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$	192
Lampiran 7 : Hasil Uji SPSS dari Tiap Analisis	196
A. Hasil Uji Validitas	196
B. Hasil Uji Reliabilitas.....	199
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	201
1. Uji Normalitas	201
2. Uji Multikolinearitas	203
3. Uji Autokorelasi.....	204
4. Uji Heteroskedastisitas	205
D. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	206
E. Uji Hipotesis	206
1. Uji t (Parsial)	206
2. Uji f (Simultan).....	206

F. Analisis Koefisien Determinasi 206

