

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	I
LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
INTISARI	XIII
ABSTRACT	XIV
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1. Latar Belakang	15
1.2. Rumusan Masalah	19
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	21
1.4. Tujuan Penelitian	21
1.5. Manfaat Penelitian	22
1.6. Lingkup Penelitian	22
1.7. Sistematika Penulisan	23
BAB II LANDASAN TEORI	25

2.1 Landasan Teori.....	25
2.1.1. Orientasi Pemasaran Daring	25
2.1.2. Kepercayaan Daring.....	26
2.1.3. Kinerja Bisnis Strategis.....	26
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Perumusan Hipotesis.....	29
2.3.1. Orientasi Pemasaran Daring dan Kinerja Bisnis Strategis.....	29
2.3.2. Orientasi Pemasaran Daring dan Kepercayaan Daring.....	29
2.3.3. Kepercayaan Daring dan Kinerja Bisnis Strategis.....	31
2.3.4. Mediasi oleh Kepercayaan Daring.....	33
2.4 Kerangka Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Desain Penelitian	35
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.3. Instrumen Penelitian	37
3.4. Metode Analisis Data.....	37
3.5. Definisi Operasional	38
3.6. Pengujian Instrumen Penelitian	40
3.6.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	44
3.6.3. Uji Multikolinearitas.....	45
3.7. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
3.7.1. Uji R-Square	45
3.7.2. Uji Q-Square (Predictive Relevance).....	45
3.7.3. Uji F-square	46
3.8. Uji Hipotesis	46
BAB IV ANALISA DATA.....	47
4.1. Deskriptif Responden.....	47
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Kategori Perorangan	47

4.1.2. Profil responden berdasarkan kategori bisnis.	49
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian	51
4.2.1. Uji Validitas	51
4.2.2. Uji Reliabilitas	54
4.2.3. Uji Multikolinearitas	54
4.3. Statistik Deskriptif	55
4.4. Analisis Inner Model.....	59
4.4.1. Uji <i>R-square</i> dan <i>Q-square (Predictive Relevance)</i>	59
4.4.2. Uji F-Square.....	60
4.5. Uji Hipotesis	61
4.5.1. Orientasi Pemasaran Daring dan Kinerja Bisnis Strategis.....	62
4.5.2. Orientasi Pemasaran Daring dan Kepercayaan Daring.....	63
4.5.3. Orientasi Pemasaran Daring dan Kepercayaan Daring.....	63
4.5.4. Orientasi Pemasaran Daring dan Kepercayaan Daring.....	63
4.6. Pembahasan Hipotesis	64
4.6.1. Orientasi Pemasaran Daring dan Kinerja Bisnis Strategis.....	64
4.6.2. Orientasi Pemasaran Daring dan Kepercayaan Daring.....	66
4.6.3. Kepercayaan Daring dan Kinerja Bisnis Strategis.....	67
4.6.4. Mediasi oleh Kepercayaan Daring.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan	70
5.2. Implikasi Manajerial	71
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	74
5.4. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82