

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 <i>Brand Trust</i>	12
2.3 Pengalaman Belanja <i>Online</i>	14
2.4 <i>Brand Loyalty</i>	18
2.5 <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	19
2.6 Penelitian Sebelumnya	25

2.7 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.8 Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Strategi Penelitian.....	32
3.2 Variabel Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.4 Lokasi Penelitian	37
3.5 Objek Penelitian	37
3.6 Data yang Diperlukan.....	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data	39
3.8 Instrumen Penelitian.....	39
3.9 Metode Pengujian Instrumen.....	39
3.10 Metode Analisis Data	42
3.11 Tahapan Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Profil Perusahaan.....	47
4.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.3 Analisis Statistik Inferensial.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	81