

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKIRPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen.....	17
2.2 Manajemen Pemasaran	17
2.3 <i>Online Advertising</i>	19
2.4 <i>User Experience</i>	20
2.5 Perilaku Konsumen.....	21

2.6 Kepuasan penjual.....	22
2.7 Loyalitas	23
2.8 Penelitian Terdahulu	24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Konseptual Penelitian	39
3.2 Variable Penelitian.....	40
3.3 Operasional Variabel Penelitian	41
3.4 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan sampel.....	45
3.5 Analisis Deskriptif	46
3.6 Pre Test	46
3.7 Uji Kualitas Data.....	46
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.9 Analisis Koefisien Determinasi	49
3.10 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	50

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pre Test	52
4.2 Profil Responden.....	55
4.3 Main Test	57
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.6 Uji Analisis jalur.....	63
4.7 Uji Regresi Linier Berganda	64
4.8 Uji Hipotesis	66

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	73
5.2 Keterbatasan hasil penelitian	73
5.3 Saran	73

RIWAYAT HIDUP PENULIS	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	

