

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematikan Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Industri Kreatif	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Perilaku Konsumen	12
2.1.4 E-Trust.....	13
2.1.5 Kualitas Aplikasi	15
2.1.6 Online Booking Intention.....	16
2.1.7 Aplikasi	18

2.2 Penelitian Terdahulu	19
--------------------------------	----

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Model Konseptual	27
3.2 Variabel Peneliti.....	28
3.3 Operasional Variabel.....	28
3.4 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	30
3.4.1 Hubungan E-Trust Terhadap Online Booking Intention.....	30
3.4.2 Hubungan Kualitas Aplikasi Terhadap Online Booking Intention	31
3.4.3 Hubungan E-trust, Kualitas Aplikasi Terhadap Booking Intention	31
3.5 Hipotesis.....	32
3.6 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	32
3.6.1 Jenis Peneliti.....	32
3.6.2 Tempat dan Waktu Peneliti	33
3.6.3 Jenis Data	33
3.6.4 Sumber Data.....	33
3.6.5 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.6 Populasi dan Sampel.....	35
3.7 Uji Yang Di Pakai.....	36
3.7.1 Uji Validitas.....	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.3 Uji Normalitas.....	38
3.7.4 Uji Multikolinearitas	38
3.7.5 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.7.6 Uji Korelasi Parsial	39
3.7.7 Uji Korelasi Ganda (R)	40
3.7.8 Koefisien Determinasi (R ²)	40
3.7.9 Uji Parsial (Uji t).....	41
3.7.10 Uji F Simultan (Uji F).....	41
3.7.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Hasil Pre-Test.....	43
4.1.1 Uji Validitas	43
4.1.2 Uji Reliabilitas	44
4.1.3 Uji Normalitas.....	45
4.1.4 Uji Multikolinearitas	45
4.1.5 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.2 Analisis Karakteristik Statistik Deskriptif Responden.....	46
4.3 Analisis Hasil Main-Test	49
4.3.1 Uji Korelasi Ganda R	49
4.3.2 Uji Determinan R ²	50
4.3.2 Uji F	50
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	53
4.4 Uji Hipotesis.....	53
4.4.1 Uji Parsial (t).....	53
4.5 Pembahasan.....	54
4.5.1 Pengaruh E-trust (X1) Terhadap Online Booking Intention (Y)	54
4.5.2 Pengaruh Kualitas Aplikasi (X2) Terhadap Online Booking Intention(Y) .	54

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	56
5.2 Keterbatasan Peneliti.....	56
5.3 Saran.....	56
5.3.1 Saran Manajerial	56
5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	57

DAFTAR PUSTAKA	58
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP.....	63
--------------------	----

LAMPIRAN