

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.3 Logo Zalora	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	13
2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.2 Kerangka Pemikiran.....	17
2.3 Hipotesis Penelitian	18
2.4 Penelitian Terdahulu	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Variabel Operasional	20
3.2.1 Sumber Operasional Variabel	22
3.2.2 Skala Operasional	22
3.3 Tahapan Penelitian	23
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	25
3.5 Pengumpulan Data	26
3.5.1 Sumber Data	26
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	27
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reabilitas	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Analisis Deskriptif	30
3.7.2 <i>Method Succesive Interval (MSI)</i>	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.4 Regresi Linier Sederhana	33
3.8 Uji Hipotesis	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	36
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan	37
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reabilitas	39

4.2.2 Analisis Deskriptif	40
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.2.4 Analisis Regresi Sederhana	46
4.3 Hipotesis	48
4.3.1 Uji F	48
4.3.1 Uji t	49
4.4 Determinasi	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	51
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjunya	52
Daftar Pustaka	53
Lampiran	54