

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan ShopeePay.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Aspek Praktis.....	7
1.5.2 Aspek Teoritis.....	7
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Marketing Mix.....	9
2.1.3 Digital Marketing.....	10
2.1.3 Konsep Digital Marketing.....	11
2.1.4 Tujuan Digital Marketing.....	12
2.2 Brand Trust.....	13
2.2.1 Pengertian Brand Trust .....	13
2.2.2 Faktor Merek.....	15
2.3 Keputusan Menggunakan .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	16

2.5	Kerangka Pemikiran .....	34
2.6	Hipotesis.....	34
2.7	Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Metode Penelitian .....	36
3.2	Operasional Variabel.....	36
3.3	Skala Pengukur.....	41
3.4	Tahapan Penelitian .....	42
3.5	Populasi dan Sampel .....	44
3.5.1	Populasi.....	44
3.5.2	Sampel.....	44
3.5.3	Teknik Sampling .....	46
3.6	Pengumpulan Data.....	48
3.6.1	Teknik Pengujian Data.....	49
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
3.7.1	Uji Validitas .....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.8	Teknik Analisis Data .....	52
3.8.1	Analisis deskriptif .....	52
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	53
3.9.1	Uji Normalitas .....	53
3.9.2	Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.9.3	Uji Multikolinearitas.....	54
3.9.4	Uji Autokorelasi.....	54
3.9.5	Analisis Regresi Liner.....	55
3.9.6	Uji Hipotesis .....	56
3.9.7	Uji Koefisien Determinasi.....	57
BAB IV.....		58
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Pengumpulan Data.....	58
4.2	Karakteristik Responden .....	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan domisili Tangerang Selatan .....	59
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa .....	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan ShopeePay.....	60

4.3 Hasil Penelitian .....	61
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	61
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
4.3.4 Uji Hipotesis .....	79
4.4 Pembahasan Hasil penelitian.....	82
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif <i>Digital Marketing</i> .....	82
4.4.2 Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Trust</i> .....	83
4.4.3 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Menggunakan .....	84
4.4.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap keputusan menggunakan .....	84
4.4.5 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap keputusan menggunakan.....	85
4.4.6 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap keputusan Menggunakan .....	86
BAB V.....	87
KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2 Saran .....	87
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	87
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN .....	91