

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Customer Relation Management.....	8
2.2.1 Tataran CRM .....	9
2.2.2 Tujuan CRM.....	10
2.2.3 Efektivitas CRM.....	11
2.3 Kepercayaan.....	13
2.3.1 Dimensi Kepercayaan .....	14
2.4 Minat Beli .....	17
2.4.1 Dimensi Minat Beli .....	17

2.5	Hubungan Kepercayaan dengan Minat Beli .....	18
2.6	Kerangka Pemikiran .....	21
2.7	Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>22</b>
3.1	Desain Penelitian.....	22
3.2	Objek Penelitian.....	22
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.4	Populasi dan Sampel .....	23
3.4.1	Populasi.....	23
3.4.2	Sampel.....	24
3.5	Operasionalisasi Variabel .....	25
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.7	Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.7.1	Validitas.....	28
3.7.2	Reliabilitas.....	30
3.8	Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>34</b>
4.1	Sejarah Perusahaan.....	34
4.1.1	Sejarah Perusahaan Tokopedia.....	34
4.1.2	Sejarah Onlinestore BME.....	36
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4.2.1	Visi dan Misi Tokopedia.....	38
4.2.2	Visi dan Misi BME.....	38
4.3	Identitas Perusahaan.....	38
4.4	Struktur Organisasi.....	40
4.4.1	Struktur Organisasi PT.Tokopedia.....	40
4.4.2	Struktur Organisasi Onlinestore BME.....	42

4.5	Deskripsi Penelitian.....	44
4.5.1	Karakteristik Responden.....	44
4.5.2	Deskripsi Tanggapan Responden.....	48
4.6	Hubungan Kepercayaan Pada Onlinestore Melalui Tokopedia dengan Minat Beli Pelanggan BME Pada Produknya.....	58
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>		<b>60</b>
5.1	Kepercayaan.....	60
5.2	Minat Beli.....	64
5.3	Hubungan Kepercayaan dengan Minat Beli.....	67
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>		<b>69</b>
6.1	Kesimpulan.....	69
6.2	Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>71</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Tinjauan Peneliti Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 : Operasionalisasi Variabel Kepercayaan.....	25
Tabel 3.2 : Operasionalisasi Variabel Minat Beli.....	26
Tabel 3.3 : Tabel Uji Reliabilitas Xpretest dan Xposttest.....	31
Tabel 3.4 : Tabel Uji Reliabilitas Ypretest dan Yposttest.....	31

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Statistik Toko BME di Tokopedia.....	3
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 : Logo Tokopedia.....	38
Gambar 4.2 : Maskot Tokopedia.....	39
Gambar 4.3 : Suasana Tokopedia.....	39
Gambar 4.4 : Struktur Organisasi Tokopedia.....	40
Gambar 4.5 : Struktur Organisasi Onlinestore BME.....	42