

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	5
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Public Relations	9
2.1.1 Definisi Public Relations	9
2.1.2 Tujuan Public Relations	10
2.1.3 Fungsi Public Relations.....	12
2.2 Citra (Image).....	13
2.2.1 Definisi Citra	14
2.2.2 Jenis-Jenis Citra.....	15
2.2.3 Citra Perusahaan.....	19
2.3 Kepercayaan Konsumen	28
2.3.1 Faktor-Faktor Kepercayaan Konsumen.....	31
2.3.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen	33
2.4 New Media.....	38
2.4.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	39
2.4.2 Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	40
2.4.3 Keamanan <i>E-commerce</i>	41

2.4.4	Manfaat <i>E-commerce</i>	42
2.4.5	Kerugian <i>E-commerce</i>	43
2.4.6	Faktor-Faktor Keberhasilan <i>E-Commerce</i>	44
2.5	Hubungan Citra dengan Tingkat Kepercayaan Konsumen.....	44
2.6	Operasionalisasi Variabel	46
2.7	Kerangka Pemikiran.....	53
2.8	Hipotesis	53
BAB III	METODE PENELITIAN	54
3.1	Desain Penelitian	54
3.2	Sumber Data.....	56
3.2.1	Populasi	56
3.2.2	Sample	58
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4	Validitas dan Reliabilitas	63
3.4.1	Validitas.....	63
3.4.2	Reliabilitas.....	66
3.5	Analisis Data.....	67
BAB IV	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	70
4.1	Gambaran umum	70
4.1.1	Sejarah Tokopedia.com	70
4.1.2	Visi dan Misi Tokopedia.com	74
4.1.3	Identitas Perusahaan Tokopedia.com	75
4.1.4	Struktur Organisasi Tokopedia.com.....	78
4.2	Hasil Penelitian.....	82
4.2.1	Profil Responden	83
4.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden	84
4.2.3	Uji Validitas.....	99
4.2.4	Uji Reliabilitas.....	100
4.2.5	Uji Korelasi	102

4.2.5 Hasil Koefisien Determinasi.....	104
4.2.6 Pembahasan	104
BAB V PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	