

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.6 Kerangka Berpikir	25
1.7 Hipotesis.....	28
BAB II	26
TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Digital Marketing	26
2.2 <i>E-Commerce</i> Lazada	28
2.2.1 Inovasi dalam Bisnis Digital Lazada.....	29
2.2.2 Pemasaran dan Promosi Digital Lazada.....	30
2.2.3 Fitur dalam Aplikasi Lazada	31
2.3 Penelitian Terdahulu	33
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Objek Penelitian	40

3.3	Sumber Data	40
3.4	Variabel Penelitian	42
3.5	Definisi Konseptual	42
3.6	Definisi Operasional.....	45
3.7	Populasi dan Sampel	51
3.8	Teknik Pengambilan Sampling	52
3.9	Uji Instrumen.....	53
3.10	Teknik Pengumpulan Data	57
3.11	Teknik Analisis Data	59
BAB IV		63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.2	Karakteristik Responden	66
4.3	Hasil Data Variabel Penelitian	72
4.4	Deskripsi Variabel <i>Conversational Marketing</i> (X)	72
4.5	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	88
4.6	Analisis Data Kuantitatif	99
4.7	Pembahasan.....	106
BAB V		111
PENUTUP		111
5.1	Kesimpulan.....	111
5.2	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....		114
LAMPIRAN PENELITIAN		118

