

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Praktisi	9
1.4.2 Kegunaan Akademisi.....	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
2. 2 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.1.2 Dimensi <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.2 Kepercayaan Nasabah	17
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Nasabah	17
2.1.2.2 Dimensi Kepercayaan Nasabah.....	19

4.1.2.4 Rekapitulasi Penilaian dan Klasifikasi Variabel Kepercayaan Nasabah.....	81
4.1.2.5 <i>Metode Successive Interval</i> (MSI).....	90
4.1.2.6 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.1.2.7 Regresi Linear Sederhana.....	95
4.1.2.8 Uji Hipotesis.....	96
4.2 Pembahasan.....	99
4.2.1 Pelaksanaan <i>Digital Marketing</i> produk <i>Gold Savings</i> pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Singapura.....	99
4.2.2 Tingkat Kepercayaan Nasabah terhadap produk <i>Gold Savings</i> pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Singapura.....	102
4.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Produk <i>Gold Savings</i> Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Singapura.	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1 Simpulan	110
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN	118
BIODATA PENULIS.....	144