

DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas & Bebas Plagiasi	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Ucapan Terima Kasih	vi
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah untuk Kepentingan Akademis	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	6
2.1.2 <i>Online Marketing</i>	6
2.1.3 <i>Native Application Mobile</i>	7
2.1.4 <i>Push Notification</i>	8
2.1.5 Konsumen	10
2.2 Rerangka Berfikir	11

BAB III	METODELOGI PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	12
3.2	Variabel dan Skala Pengukuran	12
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian	16
3.4	Tahap-Tahap Penelitian	17
3.5	Data dan Proses Pengumpulan Data	17
3.5.1	Metode Pengumpulan Data	18
3.5.2	Pemilihan Sampel	18
3.5.3	Deskripsi Informan	19
3.5.4	Alat Pengumpulan Data	20
3.6	Teknik Pengolahan Data	21
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Lokasi Hasil Penelitian	22
4.2	Data Hasil Penelitian	23
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan	23
4.3.1	Izin Pelanggan	24
4.3.2	Kemudahan Penggunaan	26
4.3.3	Kegunaan, Relevan Konten, Konten Menarik, Dipersonalisasi Konten	28
4.3.4	Konten Menarik	30
4.3.5	Tepat Waktu dan <i>Up-to-Date</i>	31
4.3.6	Lokasi	33
4.3.7	Meningkatkan Hasil Kinerja Dalam Berbelanja	35
4.3.8	Insentif dan Penghargaan	37
4.3.9	Meningkatkan Status Pelanggan	40
4.3.10	Interpersonal dan Pengaruh External, Sosial Media	43
4.3.11	Keamanan dan Kemudahan Pribadi	45
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan, Implikasi Manajerial, dan Saran	47

5.2 Keterbatasan Penelitian	53
Daftar Pustaka	54
Lampiran-Lampiran	56