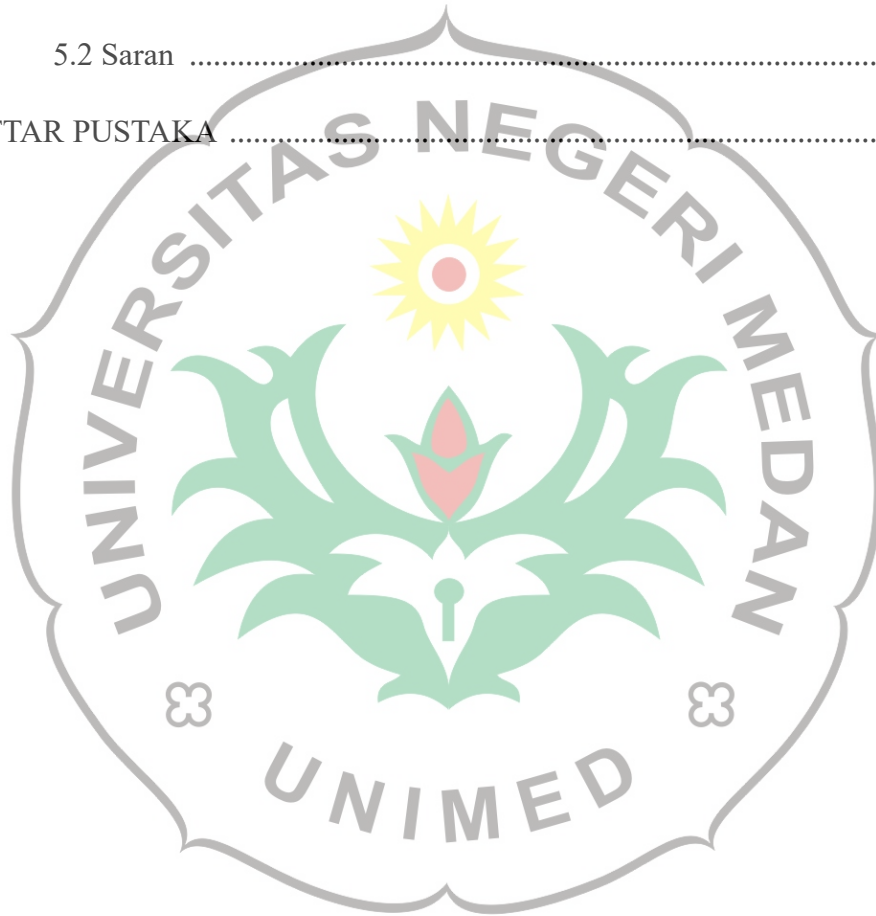


DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTARCT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Teori	10
2.1.1 <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) pada Pemasaran Digital	10
2.1.2 Strategi Pemasaran Digital	14
2.1.3 <i>Bagaimana Search Engine Optimization</i>	

(SEO) sebagai Pemasaran Digital pada <i>E-Commerce</i>	18
2.2 Penelitian Relevan	22
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Uji Instrumen Penelitian	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.8 Pengujian Data	36
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	40
4.2 Uji Instrumen Penelitian	41
4.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.5 Pembahasan	51
BAB V	57

KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59



THE *Character Building*
UNIVERSITY