

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Kegunaan Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	14
2.1.1 <i>Social Marketing</i> .....	14
2.1.2 <i>Pro-social Behavior</i> .....	16
2.1.3 <i>Two-Dimensional Computer Credibility Model</i> .....	18
2.1.4 <i>Three-Dimensional Human Credibility Model</i> .....	19
2.1.5 <i>Age dan Gender</i> .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	35
2.5.1 Variabel dan Sub-Variabel Penelitian .....	35
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	36
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian .....	36

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2 Variabel Operasional .....	37
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	38
3.2.2 Skala .....	40
3.3 Tahapan Penelitian .....	41
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	42
3.4.1 Populasi .....	42
3.4.2 Sampel .....	42
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	43
3.5 Pengumpulan Data .....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.7 Teknik Analisis Data .....	49
3.8 Pengujian Hipotesis .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Usia .....	55
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumsi The Body Shop .....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	59
4.2.1 Penilaian Responden terhadap Sub-Variabel <i>Expertise</i> .....	59
4.2.2 Penilaian Responden terhadap Sub-Variabel <i>Visual Appeal</i> .....	61
4.2.3 Penilaian Responden terhadap Sub-Variabel <i>Trustworthiness</i> .....	62
4.2.4 Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Website Credibility</i> .....	63
4.2.5 Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Active Trust</i> .....	65
4.2.6 Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Pro-Social Behavior</i> .....	66
4.2.7 Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	67
4.2.8 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	72
4.2.9 Pengaruh Variabel Moderator <i>Age</i> .....	74

4.2.10 Pengaruh Variabel Moderator <i>Gender</i> .....	75
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	77
4.3.1 Pengaruh <i>Website Credibility</i> terhadap <i>Active Trust</i> .....	79
4.3.2 Pengaruh <i>Website Credibility</i> terhadap <i>Pro-social Behavior</i> .....	81
4.3.3 Pengaruh <i>Active Trust</i> terhadap <i>Pro-social Behavior</i> .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	84
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>