

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	I
KATA PENGANTAR .....	II
ABSTRAK .....	IV
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR GAMBAR .....	VIII
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.2    Logo Perusahaan .....	3
1.1.3    Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.4    Struktur Organisasi Perusahaan .....	4
1.1.5    Skala Usaha dan Strategi Secara Umum.....	4
1.2    Latar Belakang Masalah.....	4
1.3    Rumusan Masalah .....	16
1.4    Tujuan.....	17
1.5    Manfaat.....	17
1.6    Sistematika Penulisan.....	17
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI .....	19
2.1    Landasan Teori .....	19
2.1.1    Pemasaran .....	19
2.1.2    Perilaku konsumen .....	19
2.1.3 <i>E-commerce</i> .....	20
2.1.4    Duta Merek.....	21
2.1.5    Citra Merek .....	23
2.1.6    Minat beli .....	26
2.1.7    Bauran Promosi.....	27
2.2    Penelitian Terdahulu.....	29

2.3	Kerangka Pemikiran .....	37
2.3.1	Hubungan antara Duta Merek terhadap Citra Merek .....	37
2.3.2	Hubungan antara Duta Merek terhadap Minat Beli .....	37
2.3.3	Hubungan antara Citra Merek terhadap Minat Beli .....	38
2.3.4	Citra Merek Menjadi Variabel <i>Intervening</i> /Mediator terhadap Variabel Duta Merek dan Minat Beli .....	38
2.4	Hipotesis Penelitian .....	39
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	40
BAB III .....		41
METODE PENELITIAN .....		41
3.1	Jenis Penelitian .....	41
3.2	Operasionalisasi Variabel .....	41
3.2.1	Variabel Operasional .....	41
3.2.2	Skala Pengukuran .....	43
3.3	Tahapan Penelitian .....	44
3.4	Populasi dan Sampel .....	46
3.4.1	Populasi .....	46
3.4.2	Sampel .....	46
3.5	Teknik pengumpulan data .....	48
3.5.1	Pengumpulan Data .....	48
3.5.2	Sumber Data .....	48
3.6	Pengolahan Data .....	48
3.6.1	Uji Validasi .....	49
3.6.2	Uji realibilitas .....	51
3.7	Teknik Analisis Data .....	51
3.7.1	Analisis deskriptif .....	51
3.7.2	Analisis PLS-SEM .....	53
BAB IV .....		56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		56
4.1	Pengumpulan Data .....	56
4.2	Karakteristik Responden .....	56
4.3	Hasil Penelitian .....	59
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	60
4.3.2	Structural Equation Model (SEM) .....	69

4.3.3	Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ).....	70
4.3.4	Pengukuran Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	74
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	78
4.4.1	Duta Merek.....	78
4.4.2	Citra Merek.....	78
4.4.3	Minat Beli.....	79
4.4.4	Pengaruh Duta Merek terhadap Citra Merek.....	79
4.4.5	Pengaruh Duta Merek terhadap Minat Beli.....	80
4.4.6	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	80
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA.....	84
	LAMPIRAN.....	88
	Lampiran 1 Kuesioner Pra-penelitian.....	88
	Lampiran 2 Identifikasi Responden Kuesioner Pra-penelitian.....	92
	Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	97
	Lampiran 4 Identifikasi Responden Kuesioner Penelitian.....	100
	Lampiran 5 Tabulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	104
	Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	111
	Lampiran 7 Hasil Uji Reability X, Y dan Z.....	119
	Lampiran 8 Hasil Kuesioner: 150 Responden.....	120