

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Produk.....	1
1.1.2 Logo Produk	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pemasaran.....	12
2.2 Brand Image	12
2.2.1 Dimensi Brand Image	13
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	13
2.3 Digital Marketing	14
2.3.1 Dimensi Digital Marketing	15
2.4 Keputusan Pembelian	16
2.4.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	16
2.5 Penelitian Terdahulu.....	17
2.6 Kerangka Berpikir	26
2.7 Hipotesis Penelitian.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Operasioanalisis Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.2.1 Variabel Operasional	30
3.2.2 Skala Pengukuran	34
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel	36
3.3.3 Teknik Sampling.....	36
3.4 Pengumpulan Data	37
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.5.1 Uji Validitas	38
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Teknik Analisi Deskriptif	40
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.3. Analisi Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.4 Uji Hipotesis	44
3.6.6 Uji Koefisien Determenasi.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Responden	46
4.1.1 Krakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Krakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Analisis Deskriptif	47
4.3 Uji Kualitas Data	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.4 Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1 Uji Normalitas.....	51
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	52
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	54

4.6 Uji Hipotesis.....	55
4.6.1. Uji Parsial (Uji t).....	55
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	56
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64