

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat penelitian.....	12
1.5 Batasan Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Pemasaran (Marketing).....	14
2.2 Kualitas Produk	15
2.2.1 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.3 Digital Marketing.....	16
2.3.1 Indikator Digital Marketing	17
2.4 Citra Merek	18
2.4.1 Indikator Citra merek	19
2.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.5.1 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	21
2.7 Hubungan Antar Variabel	26

2.7.1	Hubungan Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	26
2.7.2	Hubungan <i>Digital Marketing</i> terhadap Citra Merek.....	27
2.7.3	Hubungan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.8	Kerangka Pikir.....	28
2.9	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Metode Penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	30
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6	Uji Kualitas Data.....	32
3.6.1	Uji Validitas.....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.7	Metode Analisis Data.....	34
3.8	Uji Hipotesis.....	34
3.8.1	Asesmen Kolinearitas Pada Level Konstruk.....	35
3.8.2	<i>Goodnes of Fit (GoF) Index</i>	35
3.8.3	<i>Effect Size</i>	35
3.8.4	Relevansi Prediktif (Q^2).....	36
3.8.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.1.2	Evaluasi Model (Outer Model).....	38
4.1.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
4.1.4	Pengujian Hipotesis.....	46
4.2	Pembahasan.....	48
4.2.1	Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Citra Merek.....	48

4.2.2	<i>Digital Marketing</i> Berpengaruh Positif Terhadap Citra Merek	49
4.2.3	Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	49
BAB V PENUTUP		51
5.1	Simpulan	51
5.1.1	Kesimpulan Atas Hipotesis Penelitian	51
5.1.2	Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	52
5.2	Implikasi	52
5.2.1	Implikasi Teoritis	52
5.2.2	Implikasi Manajerial	53
5.3	Keterbatasan Penelitian	54
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		62

