

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>DIGITAL MARKETING</i> DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA GOJEK DI JAWA BARAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Visi dan Misi	2
1.1.2 Nilai Korporasi Gojek	2
1.1.3 Struktur Organisasi	3
1.1.4 Logo Perusahaan.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan	15
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.1.3 <i>Digital marketing</i>	18
2.1.4 Dimensi <i>Digital marketing</i>	19
2.1.5 <i>Brand image</i>	20
2.1.6 Dimensi <i>Brand image</i> (Citra Merek).....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian	22
2.1.8 Dimensi Keputusan Pembelian.....	23

2.1.9	Keputusan Pengguna	23
2.2	Peneliti Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran	38
2.3	Hipotesis Penelitian	40
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	43
3.2.2	Skala Pengukuran	46
3.3	Tahapan Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1	Populasi	47
3.4.2	Sampel	48
3.5	Teknik Sampling Data	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.7.1	Uji Validitas.....	50
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.8	Teknik Analisis Data	52
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	52
3.8.2	<i>Metode Successive Interval (MSI)</i>	54
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	54
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.8.5	Pengujian Hipotesis	56
3.8.6	Koefisien Determinasi(R^2).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Pengumpulan Data.....	58
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	60
4.2	Alat Ukur Validitas.....	60
4.2.1	Uji Validitas.....	60

4.2.2	Uji Reliabilitas	62
4.2.3	Analisis Deskriptif	63
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	72
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.2.6	Pengujian Hipotesis	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran	82
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	82
5.2.2	Saran Penulis	83
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN		86