

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
<i>Abstract</i>	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Gambaran Umum Teori	7
2.2 Definisi Konseptual Variabel	9
2.2.1 <i>Purchase decision</i>	9
2.2.2 <i>Brand Awareness</i>	12
2.2.3 <i>Digital marketing</i>	15
2.2.4 <i>Word of mouth</i>	16
2.2.5 <i>Brand ambassador</i>	16
2.3 Penelitian yang Relevans	18
2.4 Kerangka Pemikiran.....	20

2.5	Hipotesis Penelitian.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN		25
3.1	Rancangan Penelitian	25
3.2.	Populasi dan Metode Penentuan Sampel	25
3.3.	Metode Pengambilan Data	26
3.4	Tabel Operasional Variabel.....	27
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.6	Smart PLS	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Profil Responden	36
4.2	Analisis Subjek Penelitian.....	38
4.2.1	Analisis Validitas dan Reliabilitas	41
4.3	Hasil Analisis Data.....	50
4.3.1	R Square.....	50
4.3.2	<i>Path Coefficient</i>	51
4.3.3	<i>T-Statistics</i>	52
4.3.4	P Values	53
4.4	Hasil Uji Hipotesis	54
4.5	Pembahasan.....	57
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	7
Gambar 2.2 Tingkatan Brand Awareness	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Pie Chart Jenis Kelamin Responden	36
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Usia Responden.....	37
Gambar 4.3 Pie Chart Domisili Responden.....	38
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Factor Loadng.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS	31
Tabel 4.1 Tanggapan responden atas Digital Marketing	38
Tabel 4.2 Tanggapan Responden atas Word of Mouth.....	39
Tabel 4.3 Tanggapan Responden atas Brand Ambassador	40
Tabel 4.4 Tanggapan Responden atas Brand Awareness	40
Tabel 4.5 Tanggapan Responden atas Purchase Decision	41
Tabel 4.6 Output Loading Factor 1	43
Tabel 4.7 Output Loading Factor 2.....	44
Tabel 4.8 Output Loading Factor 3.....	45
Tabel 4.9 Output Loading Factor 4.....	46
Tabel 4.10 Output Average Variance Extracted (AVE)	47
Tabel 4.11 Output Cross Loading	48
Tabel 4.12 Output Fornell-Larcker Criterion.....	49
Tabel 4.13 Output Composite Reliability	49
Tabel 4.14 Output Collinearity Statistics.....	50
Tabel 4.15 Output R Square.....	51
Tabel 4.16 Output Path Coefficient	51
Tabel 4.17 Output T-Statistics	52
Tabel 4.18 Output p values	53
Tabel 4.19 Perbandingan Hasil Uji Hipotesis.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Permohonan Kuesioner.....	67
LAMPIRAN 2 Formulir Kuesioner	68
LAMPIRAN 3 Tabel Kuesioner	69