

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1 Konsep Inti Pemasaran	11
2.1.2 Riset Pemasaran.....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4 <i>Segmenting, Positioning, dan Targeting</i>	18
2.1.5 Bauran Pemasaran.....	20
2.2 <i>Digital Marketing</i>	26
2.2.1 Jenis-Jenis Digital Marketing	26
2.2.2 Dampak <i>Digital Marketing</i>	28
2.3 <i>Online Customer Review (OCR)</i>	30
2.4 <i>Celebrity Endorsement</i>	30
2.5 <i>Tiktok Ads</i>	30
2.6 <i>Brand Loyalty</i>	31
2.7 <i>Brand Trust</i>	35

2.8	Variabel Penelitian	37
2.8.1	Kerangka Penelitian.....	37
2.8.2	Hipotesis	38
2.8.3	Sumber Data	38
2.8.4	Populasi dan Sampel.....	38
2.8.5	Metode Analisis Data.....	39
2.9	Penelitian Terdahulu.....	45
2.10	Posisi Penelitian.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1	Objek Penelitian	49
3.2	Alat dan Bahan yang Digunakan	49
3.3	Diagram Alir Penelitian.....	49
3.3.1	Mulai.....	50
3.3.2	Studi lapangan.....	50
3.3.3	Studi literatur	51
3.3.4	Rumusan Masalah.....	51
3.3.5	Tujuan Penelitian	51
3.3.6	Batasan dan Asumsi.....	52
3.3.7	Pengumpulan data.....	52
3.3.8	Pengolahan data	61
3.3.9	Analisa dan Pembahasan	64
3.3.10	Kesimpulan dan saran.....	64
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		65
4.1	Pengumpulan Data.....	65
4.2	Data Responden.....	66
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	67
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan..	69
4.3	Pengolahan Data.....	69
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	71

4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	78
4.3.3	Uji <i>Path Coefficient</i> dan Uji Hipotesis	80
4.4	Analisa Hasil.....	89
4.4.1	Analisa Evaluasi Model Pengukuran.....	89
4.4.2	Analisa Evaluasi Model Struktural	91
4.4.3	Analisa Pengujian Hipotesis	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		