

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Kajian Penelitian Terdahulu	17
B. Konsep dan Teori.....	24
1. Manajemen	24
2. Tinjauan Tentang Manajemen Pemasaran	30
3. Tinjauan Tentang Digital Marketing.....	38

4. Tinjauan Tentang Kualitas Pelayanan	44
5. Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian	50
C. Kerangka Berpikir	60
1. Pengaruh Digital Marekting Terhadap Keputusan Pembelian	60
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	61
3. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
D. Hipotesis	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	65
A. Metode dan Pendekatan.....	65
B. Jenis dan Sumber Data.....	67
C. Populasi dan Sampel	73
D. Operasionalisasi Variabel	76
E. Teknik Pengumpulan Data	78
F. Teknik Analisis Data	79
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	86
A. Temuan Penelitian.....	86
B. Teknik Analisis Data	91
1. Analisis Deskriptif Statistik	92

2. Uji Instrumen Data.....	99
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	105
4. Uji Hipotesis	106
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
A. Kesimpulan.....	121
A. Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
Lampiran	129



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Jamaah Haji Indonesia	10
Tabel 1. 2 Jumlah Jamaah Umrah Indonesia PerTahun(2014-2019)	11
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Atribut Yang Biasa Digunakan Konsumen Untuk Mengevaluasi Produk	57
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	76
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	79
Tabel 3. 3 Kriteria untuk Menafsirkan Koefisien Validitas	81
Tabel 4. 1 Produk dan Jasa PT. Manajemen Qolbu Travel	88
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	93
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Umur/Usia	94
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Profesi	94
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Pendapatan Perbulan	96
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Digital Marketing (X1)	100
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	101
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	102
Tabel 4. 9 Kriteria Interpretasi Koefisien Reabilitas	103
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	103
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	104
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	104
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	105

Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
Tabel 4. 15 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	111
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	114
Tabel 4. 17 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2013-2023.....	4
Gambar 2. 1 Tahapan/Proses Keputusan Pembelian	55
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	63
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Manajemen Qolbu Travel Bandung	88

