

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Akademis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	9
G. Jadwal Penelitian .....	9
H. Sistematisasi Penulisan Skripsi .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Konsep dan Teori .....	13
1. Manajemen .....	13
2. Manajemen Pemasaran .....	14

3. <i>Brand Image</i> .....	16
4. <i>Digital Marketing</i> .....	20
5. Minat Beli Konsumen .....	22
B. Kajian Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Berpikir .....	49
D. Hipotesis .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
A. Jenis Penelitian .....	54
B. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	55
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	55
D. Data dan Sumber Data.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Variabel Penelitian.....	63
G. Operasional Variabel Penelitian .....	64
H. Teknik Analisis Data.....	69
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	69
2. Uji Instrumen Data .....	70
3. Uji Asumsi Klasik .....	73
4. Uji Regresi Berganda.....	77
5. Uji Hipotesis.....	79
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>82</b>
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....	82
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	91

C. Pengujian dan Hasil Analisis .....	95
D. Pembahasan .....	106
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>111</b>
A. Kesimpulan.....	112
B. Keterbatasan Penelitian .....	113
C. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>115</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>

