

## DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL .....	i
HALAMANPENGESEHAN .....	iii
PERNYATAANKEASLIANSKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYAILMIAH .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAK.....	vii
MOTTODANPERSEMBAHAN.....	viii
KATAPENGANTAR .....	iiix
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTARTABEL.....	xiv
DAFTARGAMBAR.....	xv
DAFTARLAMPIRAN.....	xvivi
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakangPenelitian .....	1
1.2 RumusanMasalah.....	5
1.3 TujuanPenelitian .....	6
1.4 ManfaatPenelitian .....	7
BAB IITINJAUANPUSTAKA.....	8
2.1 LandasanTeori .....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian( <i>Purchase Decision</i> ).....	8
2.1.2 <i>Internet Marketing</i> .....	13
2.1.3 Kesadaran Merek( <i>Brand Awareness</i> ) .....	14
2.1.4 Word of Mouth .....	16
2.2 PenelitianTerdahulu .....	18
2.3 Hubungan antara Variabel danPengembanganHipotesis .....	19
2.3.1 Hubungan Internet Marketing denganPurchaseDecision.....	19
2.3.2 Hubungan Internet Marketing denganBrandAwareness .....	20
2.3.3 Hubungan Internet Marketing dengan WordofMouth .....	21
2.3.4 Hubungan Brand Awareness denganPurchaseDecision.....	22

2.3.5 Hubungan Word of Mouth denganPurchaseDecision.....	23
2.4 ModelEmpirik	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	26
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.3.1 Sumber Data .....	27
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4 Variabel dan Indikator .....	29
3.5 Teknik Analisis Data .....	31
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	32
3.5.2 Analisis Statistik .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>41</b>
4.1. Identifikasi Responden .....	41
4.1.1 Jenis Kelamin .....	41
4.1.2 Pendidikan .....	42
4.1.3 Pekerjaan .....	43
4.2. Statistik Deskripsi Variabel .....	44
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel Internet Marketing (X) .....	45
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness (Y1) .....	46
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel Word of Mouth (Y2) .....	47
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel Purchase Decision (Y3) .....	47
4.3. Uji Instrumen .....	49
4.3.1. Uji Validitas	49
4.3.2. Uji Reliabilitas	50
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4.1. Uji Normalitas .....	51
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	52
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.5. Analisis Jalur .....	55
4.6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	67

4.7.	Pembahasan .....	68
4.7.1.	Pengaruh Internet Marketing terhadap Brand Awareness .....	68
4.7.2.	Pengaruh Internet Marketing Terhadap Word of Mouth .....	69
4.7.3.	Pengaruh Internet Marketing Terhadap Purchase Decision .....	69
4.7.4.	Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Decision .....	70
4.7.5.	Pengaruh Word of Mouth terhadap Purchase Decision .....	71
BAB V PENUTUP .....		72
5.1.	Kesimpulan .....	72
5.2.	Saran .....	72
5.3.	Agenda Yang Akan Datang .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		74



## DAFTAR TABEL

Tabel1.1	Top Brand Index Kategori Toko Donat.....	4
Tabel3.2	Variabel dan Indikator .....	30
Tabel4.1	Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel4.2	Tingkat Pendidikan Responden .....	42
Tabel4.3	Kategori Pekerjaan Responden.....	43
Tabel4.4	Statistik Deskriptif Variabel Internet Marketing .....	45
Tabel4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	46
Tabel4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> (Y2) .....	47
Tabel4.7	Statistik Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Bisnis Online .....	48
Tabel4.8	Uji Validitas Data .....	49
Tabel4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 10	Uji Kolmogorov Smirnov Tahap 1.....	51
Tabel 4. 11	Uji Kolmogorov Smirnov Tahap 2.....	53
Tabel 4. 12	Uji Kolmogorov Smirnov Tahap 3.....	52
Tabel 4. 13	Pengujian Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 14	Pengujian Heterokedastisitas 1 .....	53
Tabel 4. 15	Pengujian Heterokedastisitas 2 .....	54
Tabel 4. 16	Pengujian Heterokedastisitas 3 .....	54
Tabel 4. 17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	58
Tabel 4. 18	Hasil Uji Regresi Linier .....	59
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1	Model Empirik.....	24
-----------	--------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN SPSS FULL.....	81
-------------------------	----

