

## DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
CURRICULUM VITAE .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Asumsi .....	7
BAB II : KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 <i>Digital Marketing</i> .....	8
2.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	8
2.1.2 Jenis <i>Digital Marketing</i> .....	9
2.1.3 Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	9
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	10
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	10
2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Brand Image</i> .....	11
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	11
2.3 Promosi .....	12
2.3.1 Pengertian Promosi .....	12
2.3.2 Tujuan Promosi .....	13
2.3.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Bauran Promosi .....	13
2.3.4 Indikator Promosi .....	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	14

2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.4.2	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian .....	15
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian .....	16
2.5	Penelitian Terdahulu .....	16
2.6	Kerangka Berpikir .....	19
2.6.1	Pengertian Kerangka Berpikir.....	19
2.6.2	Kerangka Pemikiran.....	20
2.7	Hipotesis.....	20
2.7.1	Pengertian Hipotesis.....	20
 BAB III : METODE PENELITIAN .....		 22
3.1	Obyek Penelitian .....	22
3.2	Jenis Penelitian.....	22
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4	Populasi dan Sampel .....	25
3.4.1	Populasi.....	25
3.4.2	Sampel.....	26
3.5	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.5.1	Sumber Data.....	27
3.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5.3	Instrumen Penelitian (Skala Likert) .....	30
3.6	Metode Analisis Data .....	30
3.6.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.3	Analisis Linier Berganda .....	34
3.6.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	35
3.6.5	Uji Hipotesis .....	35
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		 38
4.1	Hasil Penelitian .....	38
4.1.1	Gambaran Umum KFC.....	38
4.1.2	Visi Misi Perusahaan .....	39
4.1.3	Data Produk dan Harga .....	40
4.1.4	Karakteristik Responden .....	42
4.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	44
4.2	Analisis Data.....	49
4.2.1	Uji Validitas.....	49
4.2.2	Uji Realibilitas .....	52
4.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	52
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.2.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4.2.6	Uji Hipotesis .....	60

4.3 Hasil Kerangka Berpikir dan Pembahasan .....	64
4.3.1 Hasil Kerangka Berpikir .....	64
4.3.2 Pembahasan .....	65
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>