

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Peneitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.5.1 Maksud Penelitian	10
1.5.2 Tujuan Penelitian	10
1.6 Kegunaan Penelitian	11
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
BAB II Tinjauan Pustaka	14
2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	15

2.1.3 Karakteristik Jasa.....	16
2.1.4 Pengertian Digital Marketing.....	17
2.1.4.1 Dimensi Digital Marketing.....	18
2.1.5 Minat Beli.....	24
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli.....	24
2.1.5.2 Dimensi Minat Beli.....	25
2.1.5.3 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5.4 Tahapan Keputusan Pembelian.....	26
2.1.6 Hubungan Digital Marketing dengan Minat Beli.....	29
2.2 Studi Empiris.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3.1 Landasan Teori.....	32
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.1.1 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	43
3.1.2 Sejarah Singkat Anggrek Shopping Hotel Bandung.....	44
3.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan.....	45
3.1.4 Kegiatan Usaha Anggrek Shopping Hotel Bandung.....	61
3.1.5 Visi dan Misi.....	63
3.2 Metode Penelitian.....	64
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	67

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.2.3 Populasi dan Sampel.....	67
3.2.4 Operasional Variabel.....	71
3.2.5 Design Penelitian.....	78
3.2.6 Pengujian Instrumen.....	79
3.2.6.1 Uji Validitas.....	79
3.2.6.1 Uji Reliabilitas.....	81
3.2.7 Data dan Teknik Analisis Data.....	82
3.2.7.1 Analisis Regresi Sederhana.....	82
3.2.7.2 Analisis Korelasi.....	83
3.2.7.3 Koefisien Determinasi.....	85
3.2.7.4 Uji Hiptesis (Uji T).....	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	87
4.1.1 Karakteristik Responden.....	87
4.1.2 Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian.....	89
4.1.2.1 Uji Validitas.....	89
4.1.2.2 Uji Reliabilitas.....	90
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	91
4.2 Kondisi Digital Marketing pada Anggrek Shopping Hotel.....	92
4.3 Kondisi Minat Beli Konsumen pada Anggrek Shopping Hotel.....	96
4.4 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen.....	98

4.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	98
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	100
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	101
4.4.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	102
4.5 Pembahasan	
4.5.1 Kondisi Digital Marketing.....	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran-Lampiran	