

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penyusunan	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Induk (<i>Grand Theory</i>)	13
2.2 <i>Middle Theory</i>	13
2.3 Teori Variabel	14
2.3.1 <i>Digital marketing</i>	14
2.3.2 <i>Customer experience</i>	15
2.3.3 Minat	17
2.3.4 <i>Decision making</i>	18
2.4 Kerangka Konseptual	20
2.5 Penelitian Terdahulu	24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.2.1 Definisi Operasional.....	33
3.2.2 Pengukuran variabel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	37

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 <i>Pre-test</i> (Uji Pendahuluan)	40
4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Pre-test</i>	40
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	45
4.2 Analisis Deskriptif Profil Responden	46
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.3 Analisis Rata-rata	48
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	52
4.4.1 Variabel <i>Digital marketing</i>	52
4.4.2 Variabel <i>Customer experience</i>	54
4.4.3 Variabel <i>Minat</i>	55
4.4.4 Variabel <i>Decision making</i>	56
4.4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	58
4.5 Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1 Uji Normalitas	58
4.5.2 Uji Multikolinieritas	59
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.6 Uji T	61
4.7 Uji Persamaan Regresi	64
4.8 Koefisien Determinasi	68
4.9 Pembahasan	69
4.9.1 H1 = <i>Digital marketing</i> memengaruhi customer's Minat	70

4.9.2 H2 = <i>Customer experience</i> memengaruhi customer's Minat.....	70
4.9.3 H3 = <i>Digital marketing</i> memengaruhi <i>decision making</i>	72
4.9.4 H4 = <i>Digital marketing</i> memengaruhi <i>decision making</i> melalui variabel minat.....	72
4.9.5 H5 = <i>customer experience</i> memengaruhi <i>decision making</i> melalui variabel minat.....	73
4.9.6 H6 = Customer experience memengaruhi Decision making.....	73
4.9.7 H7 = Customer's Minat memengaruhi <i>Decision making</i>	73
4.10 Analisis Jalur (Path Analysis).....	74
4.11 Strategi Manajemen.....	76

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademik	77
5.2.2 Saran Manajerial	78

DAFTAR PUSTAKA.....	77
---------------------	----

RIWAYAT HIDUP PENULIS	78
-----------------------------	----

LAMPIRAN	
----------	--

