

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	9
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>D. Kegunaan Penelitian</b> .....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS</b> .....	12
<b>A. Kajian Pustaka</b> .....	12
1. Pemasaran Digital.....	12
2. Ekuitas Merek.....	19
3. Kualitas Produk .....	23
4. Keputusan Pembelian.....	31
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	41
<b>C. Kerangka Pemikiran</b> .....	45
<b>D. Hipotesis</b> .....	49
<b>BAB III METOLOGI PENELITIAN</b> .....	51
<b>A. Metode Penelitian</b> .....	51
<b>B. Operasional Variabel</b> .....	51
1. Variabel Independent .....	52
2. Variabel Dependent .....	56
<b>C. Populasi dan Sampel</b> .....	57

1. Populasi.....	57
2. Sampel .....	58
<b>D. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>59</b>
<b>E. Instrumen Penelitian .....</b>	<b>60</b>
1. Uji Validitas .....	64
2. Uji Reliabilitas.....	67
<b>F. Uji Persyaratan Analisis .....</b>	<b>69</b>
1. Uji Asumsi Dasar .....	69
2. Uji Asumsi Klasik .....	70
<b>G. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>71</b>
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	71
2. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	72
<b>H. Tempat dan Jadwal Penelitian.....</b>	<b>78</b>
1. Tempat .....	78
2. Waktu Penelitian .....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>80</b>
<b>A. Profil Usaha .....</b>	<b>80</b>
<b>B. Hasil Penelitian .....</b>	<b>82</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>130</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>130</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>130</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>138</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Feystyle_offstore .....	3
Gambar 1. 2 Instagram Feystyle.id .....	3
Gambar 1. 3 Shopee Feystyle.id .....	3
Gambar 1. 4 Omset Penjualan Feystyle.id 2022 .....	4
Gambar 1. 5 Penilaian Konsumen Terhadap Produk Kerudung .....	8
Gambar 1. 6 Penilaian Konsumen Terhadap Produk Dress .....	8
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian.....	31
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian .....	48
Gambar 4. 1 Logo Feystyle.id .....	81
Gambar 4. 2 Histogram Variabel Pemasaran Digital.....	90
Gambar 4. 3 Histogram Variabel Ekuitas Merek .....	93
Gambar 4. 4 Histogram Kualitas Produk .....	97
Gambar 4. 5 Histogram Keputusan Pembelian .....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Studi Pendahuluan.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Independent Pemasaran Digital (X1).....	52
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Independent Ekuitas Merek (X2) .....	54
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Independent Kualitas Produk (X3).....	55
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Dependent Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	60
Tabel 3. 6 Skala Bobot Pernyataan.....	63
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Digital (X1) .....	65
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek (X2).....	65
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	66
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 3. 11 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 3. 12 Interpretasi .....	74
Tabel 3. 13 Alokasi Waktu Penelitian .....	78
Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4. 2 Hasil Uji Linearitas Pemasaran Digital (X1).....	83
Tabel 4. 3 Hasil Uji Linearitas Ekuitas Merek (X2).....	83
Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk (X3) .....	84
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	85
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	86
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Pemasaran Digital (X1).....	87

Tabel 4. 8	Skor Variabel Pemasaran Digital (X1)	88
Tabel 4. 9	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Digital (X1)	89
Tabel 4. 10	Interpretasi Variabel Pemasaran Digital (X1)	89
Tabel 4. 11	Hasil Jawaban Responden Variabel Ekuitas Merek (X2)	90
Tabel 4. 12	Skor Variabel Ekuitas Merek (X2)	91
Tabel 4. 13	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (X2)	92
Tabel 4. 14	Interpretasi Variabel Ekuitas Merek (X2)	93
Tabel 4. 15	Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3)	94
Tabel 4. 16	Skor Variabel Kualitas Produk (X3)	95
Tabel 4. 17	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	96
Tabel 4. 18	Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X3)	96
Tabel 4. 19	Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	97
Tabel 4. 20	Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y)	98
Tabel 4. 21	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Tabel 4. 22	Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
Tabel 4. 23	Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana Pemasaran Digital (X1)	101
Tabel 4. 24	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pemasaran Digital (X1)	102
Tabel 4. 25	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pemasaran Digital (X1)	103
Tabel 4. 26	Hasil Uji Parsial Pemasaran Digital (X1)	104
Tabel 4. 27	Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana Ekuitas Merek (X2)	105
Tabel 4. 28	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Ekuitas Merek (X2)	106
Tabel 4. 29	Hasil Koefisien Determinasi Ekuitas Merek (X2)	107
Tabel 4. 30	Hasil Uji Parsial Ekuitas Merek (X2)	107

Tabel 4. 31 Koefisien Korelasi Sederhana Kualitas Produk (X3).....	108
Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk (X3) .....	109
Tabel 4. 33 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X3) .....	110
Tabel 4. 34 Hasil Uji Parsial Kualitas Produk (X3) .....	111
Tabel 4. 35 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda .....	112
Tabel 4. 36 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	113
Tabel 4. 37 Hasil Uji 4 Koefisien Determinasi .....	114
Tabel 4. 38 Hasil Uji Simultan .....	115