

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Perkembangan Wacana Ilmu	9
1.4.2 Terapan dan Pengetahuan	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Jadwal Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran <i>Digital</i>	11
2.1.1.1 Perspektif <i>e-Marketing</i>	14
2.1.1.2 Indikator Pemasaran <i>Digital</i>	17
2.1.1.3 Keunggulan dan Kelemahan Pemasaran <i>Digital</i>	17
2.1.2 Kesadaran Merek	34
2.1.2.1 Indikator Kesadaran Merek	36
2.1.2.4 Manfaat Kesadaran Merek	38
2.1.3 Pengertian <i>Big Data</i>	40

2.1.3.1 Dimensi-Dimensi <i>Big Data</i>	41
2.1.3.2 Indikator <i>Big Data Maturity Model</i>	43
2.1.4 Keberhasilan Usaha	46
2.1.4.1 Faktor Keberhasilan Usaha.....	49
2.1.4.2 Indikator Keberhasilan Usaha	50
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	52
2.2 Kerangka Pemikiran	60
2.3 Hipotesis	64
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Objek Penelitian	65
3.1.1 Sejarah Konveksi Daster Tasikmalaya.....	66
3.1.2 Kegiatan Usaha Konveksi Daster di Tasikmalaya	68
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan Konveksi Daster Tasikmalaya	70
3.2 Metode Penelitian	71
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	71
3.2.2 Populasi dan Sampel	73
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	75
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	76
3.2.5.1 Analisis Deskriptif	76
3.2.5.2 Uji Validitas dan Relibilitas Instrumen Penelitian	77
3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
3.2.5.4 Analisis Jalur	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Hasil Penelitian.....	87
4.1.1 Strategi Pemasaran <i>Digital</i> Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya.....	89
4.1.2 Kesadaran Merek Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya.....	100
4.1.3 Penerapan Teknologi <i>Big Data</i> Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya.....	112
4.1.4 Keberhasilan Usaha Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya.....	118

4.2 Pembahasan.....	125
4.2.1 Pengaruh Strategi Pemasaran <i>Digital</i> Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya	131
4.2.2 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya	132
4.2.3 Pengaruh Penerapan Teknologi <i>Big Data</i> Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya	133
4.2.4 Pengaruh Strategi Pemasaran <i>Digital</i> , Kesadaran Merek dan Penerapan Teknologi <i>Big Data</i> Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Konsumen <i>Online Shop</i> Konveksi Daster di Tasikmalaya	135
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	137
5.1 Simpulan	137
5.2 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	144