

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	14
1.2. Latar Belakang Penelitian	15
1.3. Rumusan Masalah	23
1.4. Tujuan Penelitian.....	24
1.5. Manfaat Penelitian	25
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	27
2.1.1 <i>Marketing Management</i>	27
2.1.2 <i>Marketing</i>	27
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	29
2.1.4 <i>Theory of Planned Behavior</i>	29
2.1.5 <i>Brand Equity Theory</i>	30
2.1.6 <i>Online Customer Reviews</i>	32
2.1.7 <i>Celebrity Influencer</i>	33

2.1.8	<i>Customer Attitude</i>	35
2.1.9	<i>Purchase Intention</i>	36
2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Kerangka Penelitian	49
2.4	Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian.....	53
3.2	Operasional Variabel	54
3.3	Skala Pengukuran.....	59
3.4	Tahapan Penelitian	60
3.5	Populasi dan Sampel	62
3.5.1	Populasi.....	62
3.5.2	Sampel.....	62
3.6	Pengumpulan Data	64
3.6.1	Data Primer	64
3.6.2	Data Sekunder	65
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.7.1	Uji Validitas.....	65
3.7.2	Uji Reliabilitas	66
3.8	Teknik Analisis Data	66
3.8.1	Structural Equation Model-Partial Least Squares (SEM-PLS). 67	
3.8.2	Pengujian Hipotesis.....	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		80