

## DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
1.5 Sistematika penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM) .....	8
2.2.2 Digital Public Relations .....	9
2.3 Landasan Konseptual .....	10
2.3.1 Merek .....	10
2.3.2 Citra Merek .....	10
2.3.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.3.4 Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Tangerang...	12
2.3.5 Produk .....	13
2.3.6 Aplikasi Shopee .....	14
2.4 Operasional Variabel.....	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	19
2.6 Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.3 Jenis Data .....	21
3.3.1 Data Primer .....	21
3.3.2 Data Sekunder .....	22

3.4 Bahan Penelitian.....	22
3.4.1 Obyek Penelitian .....	22
3.4.2 Tempat Penelitian.....	22
3.5 Instrumen Penelitian.....	22
3.6 Sumber Data.....	23
3.6.1 Populasi .....	23
3.6.2 Sampel.....	23
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.8 Validitas dan Realibilitas .....	24
3.8.1 Uji Validitas .....	25
3.8.2 Uji Realibilitas .....	26
3.9 Teknik Analisis Data.....	28
3.9.1 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.9.1.1 Uji Normalitas .....	28
3.9.2 Analisis Korelasi .....	29
3.9.3 Analisa Regresi Linier Sederhana.....	30
3.9.4 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	32
3.9.5 Koefisien Determinasi.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Aplikasi Shopee.....	34
4.1.1 Visi Shopee .....	35
4.1.2 Misi Shopee.....	35
4.2 Deskripsi Data.....	35
4.3 Karakteristik Responden .....	36
4.3.1 Jenis Kelamin.....	36
4.3.2 Usia .....	36
4.3.3 Profesi .....	37
4.4 Hasil Penelitian Variabel X.....	38
4.5 Hasil Penelitian Variabel Y.....	38
4.5.1 Hasil Analisis Variabel X (Citra Merek) .....	39
4.5.2 Hasil Analisis Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	43
4.5.3 Hasil Analisa Data Dimensi Variabel X (Citra Merek) .....	47
4.5.4 Hasil Analisa Data Dimensi Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	48
4.6 Distribusi Frekuensi .....	50
4.6.1 Citra Merek Aplikasi Shopee .....	50
4.6.2 Keputusan Pembelian.....	52
4.7 Uji Koefisien Korelasi .....	54
4.8 Uji Normalitas.....	55
4.9 Uji Regresi Linier Sederhana.....	56
4.10 Uji Hipotesis (Uji T) .....	56
4.11 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	57

4.12 Uji Koefisien Determinasi .....	57
<b>BAB V PEMBAHASAN</b> .....	<b>59</b>
5.1 Pembahasan.....	59
5.2 Penerapan Teori .....	65
5.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	66
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....	<b>68</b>
6.1 Kesimpulan .....	68
6.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>74</b>