

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	7
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	7
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	7
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	8
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Bagi Peneliti.....	8
1.5.2 Bagi Perusahaan .....	9

1.5.1	Bagi Institusi .....	9
1.6	Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1	<i>Digital Marketing</i> .....	12
2.2	Kualitas Produk .....	13
2.3	Emosional.....	14
2.4	Kepuasan.....	15
2.5	Kerangka Pikir .....	17
2.6	Kerangka Pikir.....	18
2.7	Hipotesis Penelitian .....	19
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	22
3.2	Sumber Data.....	22
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4	Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi.....	23
3.4.2	Sampel .....	23
3.5	Variable Penelitian .....	24
3.5.1	Variabel Penelitian Independen .....	24
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen.....	24
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7	Uji persyaratan instrumen .....	26
3.7.1	Uji Validitas .....	26
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	26
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data .....	27
3.8.1	Uji Normalitas Sampel .....	27
3.8.2	Uji Linearitas Sampel .....	28
3.8.3	Uji Multikolinieritas Sampel.....	28
3.9	Metode Analisis Data .....	29
3.9.1	Regresi Linear Berganda .....	29

3.10 Pengujian Hipotesis .....	29
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t).....	29
3.10.2 Uji Parsial (Uji-f) .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Deskripsi Data.....	32
4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden.....	32
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	39
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	39
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	41
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	41
4.3.2 Hasil Uji Linearitas .....	41
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	42
4.4 Hasil Analisis Data.....	43
4.4.1 Regresi Linear Berganda .....	43
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji- t).....	44
4.5 Pembahasan.....	46
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>50</b>
5.1 Simpulan .....	50
5.2 Saran .....	50
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	50
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	51

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Hasil Pra Survei Tingkat Kepuasan Brand Fashion Lokal Erigo Di Bandar Lampung3	
1.2 Hasil Pra Survei Keberhasilan <i>Digital Marketing</i> Dalam Memberikan Kepuasan Konsumen Pada Produk Erigo.....	4
1.3 Hasil Pra Survei Kualitas Produk Erigo Dalam Memberikan Kepuasan Konsumen .....	5
1.4 Hasil Pra Survei Hubungan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Kepuasan Konsumen .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
3.1 Skala Pengukuran.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4 Interpretasi Nilai r.....	27
4.1 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.2 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Usia .....	33
4.3 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	33
4.4 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Kuantitas Produk.....	34
4.5 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Kategori Produk.....	34
4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> .....	35
4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	36
4.8 Hasil Jawaban Responden Emosional .....	37
4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan .....	38
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel.....	39
4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
4.12 Hasil Uji Normalitas .....	41
4.13 Hasil Uji Linearitas .....	41
4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	42
4.15 Persamaan Regresi Linearitas Berganda .....	43
4.16 Hasil Model Summary.....	44
4.17 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji- t).....	44
4.18 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji- f).....	44

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Grafik Proporsi Jumlah Transaksi Produk Di E-Commerce (2021) .....	1
2.1 Gambar Kerangka Pikir .....	18

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>I</b>	Kuesioner Penelitian
<b>Lampiran</b>	<b>II</b>	Hasil Jawaban Kuisisioner
<b>Lampiran</b>	<b>III</b>	Hasil Uji Karakteristik Jawaban Responden
<b>Lampiran</b>	<b>IV</b>	Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden
<b>Lampiran</b>	<b>V</b>	Hasil Uji Validitas
<b>Lampiran</b>	<b>VI</b>	Hasil Uji Reliabilitas
<b>Lampiran</b>	<b>VII</b>	Hasil Uji Normalitas
<b>Lampiran</b>	<b>VIII</b>	Hasil Uji Linearitas
<b>Lampiran</b>	<b>IX</b>	Hasil Uji Multikolinearitas
<b>Lampiran</b>	<b>X</b>	Hasil Uji Regresi Berganda