

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Masalah .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Deskripsi Konseptual.....	9
2.1.1 <i>Purchase intention</i> .....	9
2.1.2 <i>Digital marketing</i> .....	10
2.1.3 <i>Accessibility</i> .....	11
2.1.4 <i>Interactivity</i> .....	12
2.1.5 <i>Entertainment</i> .....	13
2.1.6 <i>Credibility</i> .....	14
2.1.7 <i>Informativeness</i> .....	14
2.2 Hasil Penelitian Relevan.....	15
2.3 Kerangka Teori .....	16
2.4 Metode Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
3.1.1 Waktu Penelitian.....	23

3.1.2 Tempat Penelitian .....	23
3.2 Desain Penelitian .....	23
3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	24
3.3.1 Populasi .....	24
3.3.2 Sampel .....	24
3.4 Pengembangan Instrumen .....	25
3.4.1 Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	25
3.4.2 Variabel Kontrol ( <i>Variable Control</i> ) .....	25
3.4.3 Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6 Indikator Variabel .....	26
3.7 Skala Pengukuran .....	29
3.8 Teknik Analisis Data .....	30
3.8.1 Uji Deskriptif .....	30
3.8.2 Uji Validitas Data .....	30
3.8.3 Uji Reliabilitas .....	31
3.8.4 Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	34
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan .....	35
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan .....	36
4.1.5 Analisis deskriptif <i>Digital marketing</i> .....	36
4.1.6 Analisis deskriptif <i>accessibility</i> .....	38
4.1.7 Analisis deskriptif <i>interactivity</i> .....	39
4.1.8 Analisis deskriptif <i>Entertainment</i> .....	40
4.1.9 Analisis deskriptif <i>Credibility</i> .....	41
4.1.10 Analisis deskriptif <i>Informativeness</i> .....	42
4.1.11 Analisis deskriptif <i>purchase intention</i> .....	44
4.2 Hasil Penelitian .....	45
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45

4.2.2 Uji Kelayakan Model.....	47
4.2.3 Uji Hipotesis .....	49
4.3 Pembahasan .....	52
4.3.1 Hasil Interpretasi <i>accessibility</i> terhadap <i>digital marketing</i> .....	52
4.3.2 Hasil Interpretasi <i>Interactivity</i> terhadap <i>digital marketing</i> .....	53
4.3.3 Hasil Interpretasi <i>Entertainment</i> terhadap <i>digital marketing</i> ....	54
4.3.4 Hasil Interpretasi <i>Credibility</i> terhadap <i>digital marketing</i> .....	55
4.3.5 Hasil Interpretasi <i>Informativeness</i> terhadap <i>digital marketing</i> .	56
4.3.6 Hasil Interpretasi <i>digital marketing</i> terhadap <i>purchase intention</i>	57
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.1.1 Implikasi Teoritis.....	59
5.1.2 Implikasi Praktis .....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	61
5.3 Saran bagi Penelitian Selanjutnya .....	61
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rekap Pemasukan Tokomarsha.Com Triwulan Pertama 2023.....	4
Tabel 2.1 Hasil Relevan .....	15
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel .....	26
Tabel 3. 2 Tabel Skala <i>Likert - type</i> .....	29
Tabel 3. 3 <i>Goodness of fit indices</i> .....	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan StatusPekerjaan .....	36
Tabel 4. 5 Analisis deskriptif digital marketing.....	37
Tabel 4. 6 Analisis deskriptif accessibility .....	38
Tabel 4. 7 Analisis deskriptif Interactivity .....	39
Tabel 4. 8 Analisis deskriptif Entertainment .....	40
Tabel 4. 9 Analisis deskriptif Credibility .....	41
Tabel 4. 10 Analisis deskriptif Informativeness .....	43
Tabel 4. 11 Analisis deskriptif place image .....	44
Tabel 4. 12 Hasil uji validitas .....	45
Tabel 4. 13 Hasil uji reliabilitas .....	47
Tabel 4. 14 Tabel <i>Goodness of Fit Indicess</i> .....	49
Tabel 4. 15 Model Persamaan Struktural.....	51

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	22
Gambar 4.1 Hasil uji Standarized Total Effect Lisrel.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji t-value Lisrel.....	50