

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Masalah.....	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penelitian.....	13
BAB I TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Variabel Penelitian yang Digunakan	15
2.1.1 Entertainment	15
2.1.2 Interactivity	16
2.1.3 Trendiness	18
2.1.4 Brand image	19
2.1.5 Brand loyalty.....	20
2.1.6 Willing to Pay Premium Price	22
2.2 Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Pengaruh Entertainment terhadap Brand image.....	23
2.2.2 Pengaruh Interactivity terhadap Brand image.....	24
2.2.3 Pengaruh Trendiness terhadap Brand image.....	24
2.2.4 Pengaruh Brand image terhadap Brand loyalty	24
2.2.5 Pengaruh Brand image terhadap Willingness to Pay Premium	

Price.....	25
2.3 Model Penelitian	26
2.4 Bagan Alur Berpikir.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Pengolahan Data	37
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	38
3.5.3 Analisis Linear Regresi Sederhana(Simple Regression)	43
3.5.4 Analisis Linear Regresi Berganda (Multiple Regression) ...	44
3.5.5 Koefisien Korelasi (R)	45
3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.5.7 Uji F	46
3.5.8 Uji t	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Sekilas mengenai Digimap.....	48
4.1.2 Ragam Produk Digimap.....	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Analisis Profil Responden.....	49
4.2.2 Analisis Nilai Rata-Rata Jawaban Responden	50
4.2.3 Pengujian Data	61
4.3 Analisis Kaulitas	73
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	76
4.4 Pengujiann Hipotesis	79
4.4.1 Uji F (Pengujian Simultan)	79
4.4.2 Uji t (Uji Parsial).....	80
4.4.3 Model Penelitian Keseluruhan	82

4.5 Pembahasan	83
BAB IV PENUTUP	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Implikasi	100
5.3 Rekomendasi.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	114



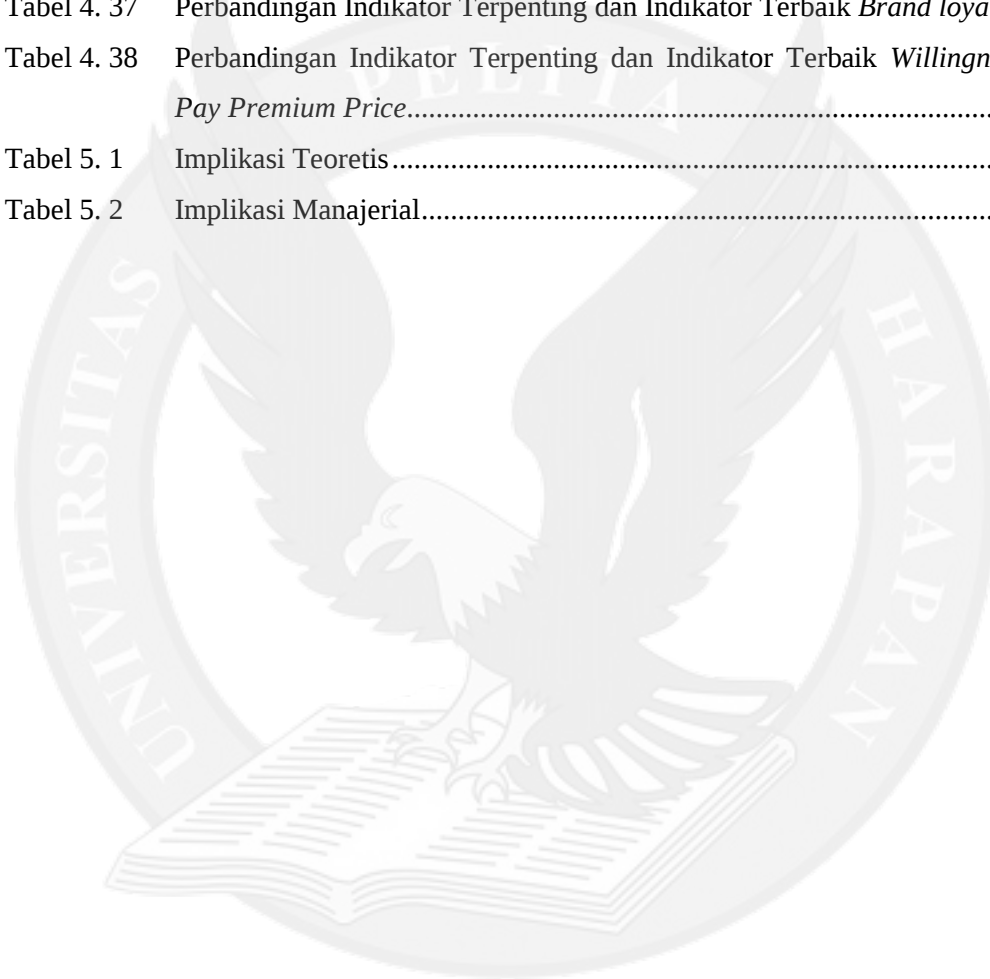
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Sejarah Ekonomi Indonesia	2
Gambar 1. 2 Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dari tahun 2018-2022	2
Gambar 1. 3 Digimap Store.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	50
Gambar 4. 3 Normal Probability Plot Pengaruh <i>Entertainment, intercity, dan trendiness</i> terhadap <i>Brand image</i>	65
Gambar 4. 4 Normal Probability Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Brand loyalty</i>	66
Gambar 4. 5 Normal Probability Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Willingnes To Pay Premium Price</i>	67
Gambar 4. 6 Scatter Plot Uji Heterokedastisitas Regresi Linier Berganda	69
Gambar 4. 7 Scatter Plot Uji Heterokedastisitas Regresi Linier Berganda	70
Gambar 4. 8 Scatter Plot Uji Heterokedastisitas Regresi Linier Berganda.....	71
Gambar 4. 9 Model Regresi Keseluruhan	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Tabulasi Hipotesis	26
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner Lingkup Pernyataan.....	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Ukuran Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4. 1 Produk Apple Paling Laris di Digimap	48
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	50
Tabel 4. 4 Interval Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden	51
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Entertainment</i>	51
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Intercitivy</i>	53
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel <i>trendiness</i>	55
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand image</i>	56
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand loyalty</i>	58
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Willingness to Pay Premium Price</i>	60
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel <i>Entertainment</i>	61
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel <i>Intercitivy</i>	62
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel <i>Trendiness</i>	62
Tabel 4. 14 Uji Validitas Variabel <i>Brand image</i>	63
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel <i>Brand loyalty</i>	63
Tabel 4. 16 Uji Validitas Variabel <i>Willingnes To Pay Premium Price</i>	64
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 18 Uji Normalitas pengaruh <i>Entertainment</i> , <i>intercitivy</i> ,	66
Tabel 4. 19 Uji Normalitas pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Brand loyalty</i>	67
Tabel 4. 20 Uji Normalitas Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Brand loyalty</i>	68
Tabel 4. 21 Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4. 22 Uji Heterokedastisitas.....	69
Tabel 4. 23 Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4. 24 Uji Heterokedastisitas.....	71
Tabel 4. 25 Uji Linierity	72
Tabel 4. 26 Uji Linierity	72
Tabel 4. 27 Uji Linierity	73
Tabel 4. 28 Hasil Uji Regresi Berganda (E, I, T*BI)	74

Tabel 4. 29	Hasil Uji Regresi Sederhana (BI*BL).....	76
Tabel 4. 30	Hasil Uji Regresi Sederhana (BI*WTPPP)	78
Tabel 4. 31	Hasil Uji F	79
Tabel 4. 32	Hasil Uji T	81
Tabel 4. 33	Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Entertainment</i> ..	88
Tabel 4. 34	Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Interactivity</i> ...	89
Tabel 4. 35	Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Trendiness</i>	91
Tabel 4. 36	Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Brand Image</i> ..	92
Tabel 4. 37	Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Brand loyalty</i> .	94
Tabel 4. 38	Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Willingness to Pay Premium Price</i>	96
Tabel 5. 1	Implikasi Teoretis.....	100
Tabel 5. 2	Implikasi Manajerial.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	114
Lampiran B Tabulasi Excel	116
Lampiran C Hasil Uji Statistik Deskriptif	117
Lampiran D Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	118
Lampiran E Pengujian Validitas dan Relibilitas	124
Lampiran F Uji Normalitas Pengaruh X1,X2,X3 Terhadap Y1	127
Lampiran G Uji HeterokedastistikPengaruh X1,X2,X3 Terhadap Y1	130
Lampiran H Uji Multikolinieritas Pengaruh X1,X2,X3 Terhadap Y1	133
Lampiran I Uji Linieritas X1 dan Y1	134
Lampiran J Koefisien Regresi	135
Lampiran K Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	136
Lampiran L Uji F dan Uji T	138
Lampiran M Turnitin	140