

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iiiv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR T ABLE.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penyusunan.....	14
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen.....	15
2.2 Pemasaran	16
2.3 Manajemen Pemasaran.....	17
2.4 Bisnis Industri Kreatif.....	17
2.4.1 Sektor Industri Kreatif.....	18
2.5 Promosi	19
2.5.1 Bauran Promosi.....	19
2.6 Digital Marketing	20
2.6.1 Dimensi Digital Marketing	21
2.7 <i>Social media marketing</i>	21
2.8 Kualitas Produk.....	22
2.9 Minat	24
2.9.1 Indikator Minat.....	24
2.10 Keputusan Pembelian.....	25
2.10.1 Indikator Keputusan.....	26
2.11 Penelitian Terdahulu.....	27
 BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian	37
3.2.1 Variabel Dependen	37

3.2.2 Variabel Independen.....	37
3.2.3 Variabel <i>Intervening</i>	37
3.3 Operasional Variabel	38
3.4 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis	42
3.4.1 Hubungan Antara Variabel Sosial Media Marketing (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	43
3.4.2 Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	43
3.4.3 Hubungan Antara Variabel <i>Social media marketing</i> (X1) Terhadap Minat (Z)	44
3.4.4 Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk (X2 Terhadap Minat (Z).....	44
3.4.5 Hubungan antara Variabel Minat (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	45
3.4.6 Hubungan Antara <i>Social media marketing</i> (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y) Melalui Minat (Z)	45
3.4.7 Hubungan Antara Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y) Melalui Minat (Z).....	46
3.5 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	46
3.5.1 Jenis Penelitian.....	46
3.5.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
3.5.3 Jenis Data	47
3.5.4 Populasi dan Sampel	47
3.5.5 Teknik Sampling	48
3.6 Pre Test.....	49
3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	50
3.7 Main Test.....	50
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.1.1 Uji Normalitas	50
3.7.1.1 Uji Multikolinearitas	51
3.7.1.2 Uji Heteroskedastitas	51
3.7.2 Uji Hipotesis	52
3.7.2.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	52
3.7.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.7.2.3 Uji T (t-test).....	53
3.7.2.4 Uji F	54
3.7.2.5 Analisis Jalur (Path Analysis)	54
3.7.3 Analisis Mean.....	55

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Hasil Pre Test.....	56
4.1.1 Uji Validitas.....	56
4.1.2 Uji Reliabilitas	57
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	58
4.1.3.1 Uji Normalitas	58
4.1.3.2 Uji Multikolinieritas.....	59
4.1.3.3 Uji Heterokedastisitas	61

4.1.4 Kesimpulan Pre Test.....	62
4.2 Analisis Main Test.....	63
4.2.1 Deskripsi Profil Responden.....	63
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	70
4.2.2.1 Uji Validitas.....	70
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	72
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	73
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	74
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	76
4.2.4 Uji Hipotesis	76
4.2.4.1 Uji T	76
4.2.4.2 Uji F	77
4.2.4.3 Uji Regresi Linier Sederhana dan Berganda.....	79
4.2.5 Analisis Jalur.....	83
4.2.6 Analisis Mean	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	88
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	90
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.3 Saran.....	91
 DAFTAR PUSTAKA.....	92
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	96
LAMPIRAN.....	97