

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penelitian	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Industri Kreatif.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	14
2.1.4 Social Media Marketing.....	15
2.1.5 Kualitas Produk.....	16
2.1.6 Minat Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	21

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Model Konseptual Penelitian	22
3.2. Variabel Penelitian	22
3.3. Operasional Variabel Penelitian.....	23
3.4. Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	27
3.4.1. Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Pembelian	27
3.4.2. Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	27
3.5. Hipotesis.....	28
3.6 Unit analisis, Populasi dan Sampel	28
3.6.1. Jenis Penelitian.....	28
3.6.2. Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.6.3. Jenis Data	29
3.6.4. Sumber data.....	29
3.6.5. Metode Pengumpulan Data	30
3.6.6. Populasi dan Sampel	31
3.7. Pre Test	32
3.7.1. Uji Validitas	32
3.7.2. Uji Reliabilitas	33
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8. Main Test	34
3.8.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	34
3.8.2. Uji Korelasi Parsial	35
3.8.3. Uji Korelasi Ganda (R)	35
3.8.4. Uji Determinasi (R ²).....	35
3.8.5. Uji Hipotesis	36

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Hasil Pre-Test.....	38
4.1.1 Analisis Uji validitas (Pre-Test).....	39
4.1.2 Uji Reliabilitas	40
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2 Analisis Hasil <i>Main-Test</i>	43

4.2.1 Analisis Uji Asumsi Klasik (<i>Main-test</i>).....	43
4.2.2 Analisis Karakteristik Statistik Deskriptif Responden.....	46
4.2.3. Analisis Uji Regresi Linier Berganda	52
4.2.4. Uji Korelasi Sederhana (Parsial).....	53
4.2.5. Uji Korelasi Ganda (R)	55
4.2.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.3 Uji Hipotesis	56
4.3.1 Uji T	56
4.4. Pembahasan.....	58
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Keterbatasan hasil penelitian.....	62
5.3 Saran.....	63
5.3.1 Saran Manajerial	63
5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	66
RIWAYAT HIDUP PENELITI	68
LAMPIRAN	



KALBIS Institute
 Transforming Hearts and Minds