

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI/TESIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Peneliti .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Industri Kreatif .....	13
2.1.2 Sub Sektor Industri Kreatif .....	13
2.2 Pemasaran .....	18
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	18
2.2.2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	19
2.3 Promosi .....	23
2.4 <i>Social Media Marketing</i> .....	23
2.4.1 Dimensi <i>Social Media Marketing</i> .....	24
2.5 <i>Experiental Marketing</i> .....	25
2.5.1 Dimensi <i>Experiental Marketing</i> .....	26
2.6 Perilaku Konsumen .....	27

2.7 <i>Theory of Reasoned Action</i> .....	28
2.8 <i>Theory of Planned Behaviour</i> .....	29
2.9 Minat Beli Ulang.....	31
2.9.1 Dimensi Minat Beli Ulang .....	32
2.10 Penelitian Terdahulu .....	32

### BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Model Konseptual Penelitian .....	37
3.2 Variabel Penelitian .....	38
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.4 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	45
3.4.1 Hubungan Pengaruh Social Media Marketing .....	46
3.5 Hipotesis Penelitian.....	46
3.6 Unit analisis, Populasi, dan Sampel .....	47
3.6.1 Jenis Penelitian.....	47
3.6.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
3.6.3 Unit Analisis .....	48
3.6.4 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.6.5. Metode Pengumpulan Data.....	49
3.6.6 Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
3.6.6.1 Populasi.....	49
3.6.6.2. Sampel.....	50
3.7 <i>Pre-test</i> .....	50
3.8 <i>Main Test</i> .....	51
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	52
3.8.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	52
3.8.2.3 Uji Multikolinearitas .....	52
3.8.2 Uji Hipotesis .....	53
3.8.2.1 Uji T .....	53

3.8.2.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
<b>BAB 4 ANALISA PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis <i>Pre-Test</i> .....	55
4.1.1 Uji Validitas .....	55
4.1.2 Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	55
4.1.3 Uji Validitas Variabel <i>Experiental Marketing</i> .....	56
4.1.4 Uji Validitas Variabel <i>Minat Beli Ulang</i> .....	57
4.1.5 Uji Reliabilitas .....	57
4.1.6 Uji Normalitas.....	58
4.1.7 Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.8 Uji Heterokedastisitas.....	59
4.1.9 Simpulan <i>Pre-test</i> .....	589
4.2. Analisis <i>Main-Test</i> .....	60
4.2.1 Deskripsi Profil Responden.....	60
4.3 Main Test .....	63
4.3.1 Uji Validitas .....	63
4.3.2 Uji Relibilitas .....	66
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1 Uji Normalitas.....	67
4.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	67
4.4.3 Uji Multikolinearitas .....	68
4.5. Uji Hipotesis .....	69
4.5.1 Uji T .....	69
4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
4.6 Pembahasan.....	71
4.7 Nilai Mean Variabel Penelitian.....	73
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	78

5.1.1 Implikasi Manajerial .....	78
5.1.2 Keterbatasan Hasil Peneliti .....	80
5.2 Saran.....	80
5.1.1 Saran Manajerial .....	80
5.1.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
RIWAYAT HIDUP.....	85
LAMPIRAN	

