

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.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	12
Batasan Masalah.....	13
Tujuan Penelitian.....	13
Manfaat Penelitian.....	13
Sistematika Penulisan.....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Industri Kreatif.....	16
2.1.1 Pengertian Industri Kreatif.....	16
2.1.2 Pilar-Pilar Industri Kreatif.....	16
2.1.3 Sektor-Sektor Industri Kreatif.....	18
2.2 Manajemen	22
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	22

2.2.2 Fungsi Manajemen.....	22
2.3 Manajemen Pemasaran.....	23
2.3.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
2.4 Bauran Pemasaran.....	24
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	24
2.4.2 Elemen-Elemen Bauran Pemasaran.....	24
2.5 Perilaku Konsumen.....	25
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	25
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.5.3 Model Perilaku Konsumen.....	26
2.6 <i>Social Media Marketing</i>	27
2.6.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	27
2.6.2 Tujuan Pemasaran Media Sosial.....	27
2.6.3 Faktor-Faktor <i>Social Media Marketing</i>	28
2.6.4 Dimensi <i>Social Media Marketing</i>	28
2.7 <i>Store Atmosphere</i>	29
2.7.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	29
2.7.2 Faktor-Faktor Dalam Menciptakan <i>Store Atmosphere</i>	30
2.7.3 Elemen-Elemen <i>Store Atmosphere</i>	31
2.7.4 Dimensi <i>Store Atmosphere</i>	32
2.8 Lokasi.....	36
2.8.1 Pengertian Lokasi.....	36
2.8.2 Fungsi Lokasi.....	37
2.8.3 Indikator Lokasi.....	38
2.9 Proses Keputusan Pembelian.....	39
2.9.1 Peranan Dalam Keputusan Pembelian.....	40
2.9.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	41
2.10 Penelitian Terdahulu.....	42

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Model Konseptual Penelitian.....	48
3.2 Variabel Penelitian.....	49
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.4 Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesis.....	52
3.4.1 Hubungan Antara X1 Terhadap Y.....	52
3.4.2 Hubungan Antara X2 Terhadap Y.....	53
3.4.3 Hubungan Antara X3 Terhadap Y.....	54
3.4.4 Hipotesis.....	54
3.5 Unit Analisis, Populasi, Dan Sampel.....	55
3.5.1 Jenis Penelitian.....	55
3.5.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	56
3.5.3 Unit Analisis.....	56
3.5.4 Jenis Data.....	56
3.5.5 Sumber Data.....	57
3.5.6 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.5.7 Populasi Dan Sampel.....	59
3.5.7.1 Populasi.....	59
3.5.7.2 Sampel.....	59
3.5.8 Teknik Pengumpulan Sampel.....	59
3.6 <i>Pre-Test</i>	60
3.6.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	60
3.6.2 Uji Realibilitas <i>Pre-Test</i>	61
3.6.3 Uji Asumsi Klasik <i>Pre-Test</i>	61
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	61
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	61
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.7 <i>Main Test</i>	62
3.7.1 Uji Validitas <i>Main Test</i>	62

3.7.2 Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	63
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.8.1 Uji Normalitas.....	63
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	64
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.9 Uji Hipotesis.....	65
3.9.1 Uji Linear Berganda.....	65
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
3.9.3 Uji T.....	66
3.9.4 Uji F.....	67
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil <i>Pre-Test</i>	68
4.1.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	68
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	70
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik <i>Pre-Test</i>	70
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	70
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas.....	71
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.2 Hasil <i>Main Test</i>	72
4.2.1 Identitas Responden.....	73
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	73
4.2.1.2 Usia Responden.....	73
4.2.1.3 Profesi Responden.....	74
4.2.1.4 Pendapatan Responden.....	75
4.2.2 Hasil Uji Validitas <i>Main Test</i>	75
4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	77
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	78

4.2.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
4.2.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	80
4.2.5.1 Hasil Uji Linear Berganda	80
4.2.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.2.5.3 Hasil Analisis Uji T.....	82
4.2.5.4 Hasil Analisis Uji F.....	83
4.2.6 Hasil Analisis Nilai Mean.....	84
4.2.6.1 Hasil Analisis Nilai Mean Variabel <i>Social Media Marketing</i>	84
4.2.6.2. Hasil Analisis Nilai Mean Variabel <i>Store Atmosphere</i>	86
4.2.6.3 Hasil Analisis Nilai Mean Variabel Lokasi.....	88
4.2.6.4 Hasil Analisis Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	90
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Implikasi Manajerial.....	91
5.2.1 Implikasi Manajerial <i>Social Media Marketing</i>	91
5.2.2 Implikasi Manajerial <i>Store Atmosphere</i>	92
5.2.3 Implikasi Manajerial Lokasi.....	93
5.2.4 Implikasi Manajerial Keputusan Pembelian.....	94
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	95
5.4.1 Saran Akademik.....	95
5.4.2 Saran Praktis.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	101
LAMPIRAN	