

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR RUMUS	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Batasan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Konten Digital Marketing	16
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18

2.2.1	Posisi Penelitian	24
2.3	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Operasionalisasi Variabel	30
3.3	Tahapan Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	39
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Karakteristik Responden	47
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	48
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Evaluasi Outer Model	49
4.2.2	Evaluasi Inner Model	54
4.2.3	Uji Hipotesis	55
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.3.1	Hasil Penelitian	57

4.3.2	Merancang <i>Guideline Book</i>	67
4.3.3	Verifikasi Hasil.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1	Aspek Akademis	82
5.2.2	Aspek Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		91