

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoritis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kajian Teori	9
2.1.1. <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.2. <i>Live Streaming</i>	9
2.1.3. <i>Konten Marketing</i>	10
2.1.4. Promosi.....	11
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Kerangka Berpikir.....	20
2.4. Pengembangan Hipotesis	22
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Objek Penelitian.....	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1. Populasi	26

3.3.2. Sampel	26
3.5. Definisi Operasional.....	28
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif.....	31
3.6.2 Uji Kualitas Data	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.4 Uji Kelayakan Model.....	34
3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.7 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV	37
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	37
4.1 Hasil Analisis Data	37
4.1.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	37
4.1.2 Statistik Deskriptif	41
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.2 Uji Asumsi Klasik	48
1. Uji Normalitas.....	48
2. Uji Multikolinearitas	49
3. Uji Heterokedastisitas	49
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.5 Uji Hipotesis	52
4.6 Pembahasan	54
4.7 Implikasi.....	59
4.7.1 Implikasi Teoritis	59
4.7.2 Implikasi Praktis	60
BAB V.....	62
PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2. Saran	62
5.2.1 Saran Praktisi	62
5.2.2 Saran Akademisi	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN – LAMPIRAN	69