

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Digital Marketing.....	7
2.1.3 Keputusan pembelian.....	9
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	12
2.1.5 <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	15
2.1.6 Preferensi konsumen.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	24
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	24
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	28

3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel	28
3.4 Metode Pengumpulan data	29
3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	30
3.5.1 Variabel Independen	30
3.5.2 Variabel Dependen.....	31
3.6 Metode Pengolahan data.....	33
3.6.1 Analisis Deskriptif	33
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.6.5 Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Analisis Data	39
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian	39
4.1.2 Karakteristik Responden.....	39
4.1.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	41
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.1.5 Hasil Analisis Data.....	48
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.1.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
4.1.8 Uji Hipotesis	52
4.2 Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Teoritis	58
5.2.2 Saran Praktis	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63