

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah.....	15
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penelitian.....	17
F. Manfaat Penelitian.....	17
G. Jadwal Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
A. Konsep dan Teori	20
1. Manajemen	20
2. Manajemen Pemasaran.....	25
3. <i>Digital Marketing</i>	29
4. <i>Content Marketing</i>	32
5. Harga	37
6. Keputusan Pembelian	40
B. Kajian Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Berpikir	49
D. Hipotesis	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Jenis Penelitian	54

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel.....	56
C. Jenis dan Sumber Data	58
1. Jenis Data.....	58
2. Sumber Data	58
D. Teknik Pengumpulan Data	59
1. Studi Pustaka.....	59
2. Kuesioner	59
E. Operasional Variabel	60
F. Teknik Analisis Data	62
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	62
2. Uji Instrumen	63
3. Uji Asumsi Klasik.....	64
4. Analisis Regresi Linear Berganda	66
5. Uji Hipotesis	67
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	73
1. Analisis Karakteristik Responden	73
2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	75
C. Pengujian dan Hasil Analisis.....	81
1. Uji Instrumen.....	81
2. Uji Asumsi Klasik	84
3. Analisis Regresi Linier Berganda	87
4. Uji Hipotesis.....	89
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	93
D. Pembahasan	94
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105

B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	125

