

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu .....	16
B. Konsep dan Teori.....	20
1. Manajemen .....	20
2. Manajemen Pemasaran .....	26
3. <i>Content Marketing</i> .....	32
4. <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	35
5. <i>Flash Sale</i> .....	37
6. Keputusan Pembelian.....	40
C. Kerangka Berpikir .....	45
D. Hipotesis .....	47

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Metode dan Pendekatan .....	49
1. Metode Penelitian .....	49
2. Pendekatan Penelitian .....	50
B. Jenis dan Sumber Data .....	51
1. Jenis data .....	51
2. Sumber Data .....	51
C. Populasi dan Sampel.....	52
1. Populasi Penelitian.....	52
2. Sampel Penelitian .....	52
D. Operasionalisasi Variabel.....	54
1. Variabel Independen (X) .....	55
2. Variabel Dependen (Y) .....	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Studi Kepustakaan .....	58
2. Kuesioner atau Angket .....	59
F. Teknik Analisis Data.....	59
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	59
2. Analisis Uji Instrumen .....	60
3. Uji Asumsi Klasik .....	61
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
5. Analisis Uji Hipotesis .....	64
6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	67
1. Tempat Penelitian .....	67
2. Jadwal Penelitian .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	68
1. Profil Perusahaan .....	68
2. Visi Misi.....	69
3. Logo.....	69

4. Fitur pada Shopee .....	70
B. Analisis Deskriptif.....	71
1. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	71
2. Hasil Analisis Deskripsi Statistik .....	72
C. Analisis Uji Instrumen Penelitian .....	92
1. Uji Validitas .....	92
2. Uji Reliabilitas.....	96
3. Uji Asumsi Klasik.....	97
D. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	102
E. Hasil Uji Hipotesis .....	104
1. Uji Signifikan (Uji T).....	105
2. Uji Simultan (Uji F).....	107
F. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	108
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	109
1. Pengaruh <i>Content Marketing</i> ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020 .....	110
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020 .....	111
3. Pengaruh <i>Flash Sale</i> ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020 .....	113
4. Pengaruh <i>Content Marketing</i> ( $X_1$ ), <i>Electronic Word Of Mouth</i> ( $X_2$ ), dan <i>Flash Sale</i> ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020 .....	115
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>118</b>
A. Kesimpulan .....	118
B. Saran .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>

