

Daftar Isi

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
DaftarLampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
Abstract.....	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah.....	14
H. Sistematika Pembahasan	19

BAB II : LANDASAN TEORI

A. <i>Digital Marketing</i>	21
B. Produk	27
C. Keputusan Pembelian.....	35
D. Generasi Milenial	41

E. Merchandise Korean Pop	45
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	45
G. Kerangka Konseptual.....	49

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	51
B. Populasi, Sampel dan Sampling	51
C. Sumberdata, Variabel dan Skala.....	53
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	55
E. Analisis Data	56

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	65
B. Profil Responden.....	66
C. Analisis Data.....	67
1. Uji Normalitas	67
2. Uji Realibilitas.....	68
3. Uji Asumsi Klasik	70
a. Uji Normalitas	70
b. Uji Multikolinearitas	72
c. Uji Heterokedatisitas	73
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	74
b. Uji F.....	76
c. Uji t.....	78
5. Uji Koefisien Determinan	79

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80
B. Pengaruh Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	84
C. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	87

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN