

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	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Definisi Operasional.....	13
H. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Citra Merek	16
1. Definisi Citra Merek.....	16
2. Citra Merek dalam Perspektif Islam.....	17

3.	Faktor Pembentuk Citra Merek	18
4.	Indikator Citra Merek	19
B.	Kualitas Produk	20
1.	Pengertian Kualitas Produk	20
2.	Kualitas Produk dalam Perspektif Islam	21
3.	Implikasi Kualitas Produk	22
4.	Indikator Kualitas Produk	24
C.	<i>Digital marketing</i>	26
1.	Definisi <i>Digital marketing</i>	26
2.	<i>Digital Marketing</i> dalam Perspektif Islam	27
3.	Jenis-Jenis <i>Digital marketing</i>	29
4.	Indikator <i>Digital marketing</i>	33
D.	Distribusi	34
1.	Pengertian Distribusi	34
2.	Distribusi dalam Perspektif Islam	35
3.	Tujuan Distribusi	37
4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Distribusi	38
5.	Indikator Distribusi	39
E.	Keputusan Pembelian	40
1.	Pengertian Keputusan Pembelian	41
2.	Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam	42
3.	Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	42
4.	Proses Keputusan Pembelian	44
5.	Indikator Keputusan Pembelian	46
F.	Kajian Penelitian Terdahulu	47
G.	Kerangka Konseptual	55
H.	Hipotesis Penelitian	56
BAB III	METODE PENELITIAN	58
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
1.	Pendekatan Penelitian	58

2. Jenis Penelitian	58
B. Populasi dan Teknik Sampel.....	59
1. Populasi	59
2. Teknik Sampel.....	59
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	60
1. Sumber Data	60
2. Variabel Penelitian	61
3. Skala Pengukuran	62
D. Teknik Pengumpulan data.....	63
E. Instrumen Penelitian.....	63
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
1. Uji Validitas.....	66
2. Uji Reliabilitas.....	69
G. Teknik Analisis Data.....	71
1. Uji Asumsi Klasik	71
2. Uji Regresi Linear Berganda.....	73
3. Uji Hipotesis.....	74
4. Koefisien Determinasi (R^2)	75
BAB IV HASIL PENELITIAN	77
A. Deskripsi Data.....	77
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
2. Album Stray Kids	78
B. Deskripsi Responden.....	80
1. Jenis Kelamin Responden.....	81
2. Usia Responden	81
3. Jumlah Album yang dimiliki Responden	82
C. Deskripsi Variabel.....	82
1. Variabel Citra Merek (X_1).....	83
2. Variabel Kualitas Produk (X_2).....	84
3. Variabel <i>Digital Marketing</i> (X_3)	85

4. Variabel Distribusi (X_4).....	86
5. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	87
D. Pengujian Hipotesis.....	88
1. Uji Asumsi Klasik	88
2. Analisis Regresi Linear Berganda	90
3. Uji Hipotesis.....	93
4. Uji Koefisien Determinasi.....	97
BAB V PEMBAHASAN.....	98
A. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Album <i>Official Boyband Stray Kids</i>	98
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Album <i>Official Boyband Stray Kids</i>	101
C. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Album <i>Official Boyband Stray Kids</i>	103
D. Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Album <i>Official Boyband Stray Kids</i>	106
E. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Digital Marketing, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Album <i>Official Boyband Stray Kids</i>	108
BAB VI PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	10 Negara Produsen Musik Terbesar	1
Tabel 1. 2	Penjualan Album Korea Stray Kids	4
Tabel 3. 1	Indikator Variabel Instrumen Penelitian	64
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel	68
Tabel 3. 3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel	70
Tabel 4. 1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	81
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Album Yang Dimiliki	82
Tabel 4. 4	Deskripsi Variabel Citra Merek.....	83
Tabel 4. 5	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	84
Tabel 4. 6	Deskripsi Variabel Digital Marketing	85
Tabel 4. 7	Deskripsi Variabel Distribusi	86
Tabel 4. 8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	87
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel 4. 10	Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4. 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
Tabel 4. 12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4. 13	Hasil Uji t	93
Tabel 4. 14	Hasil Uji F	96
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Logo Stray Kids.....	77
-------------	----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Olah Data Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 6 : Bukti Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Pernyataan Keaslian Skripsi
- Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian