

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.5.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Minat Beli .....	7
2.1.1 Pengertian Minat Beli .....	7
2.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	9
2.1.3 Indikator Minat Beli .....	10
2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	12
2.2.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	12
2.2.2 Kelemahan dan Kelebihan <i>Digital Marketing</i> .....	13
2.2.3 Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	16
2.3 <i>Word Of Mouth (WOM)</i> .....	19
2.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth (WOM)</i> .....	19
2.3.2 Aspek – Aspek Pengukuran <i>Word Of Mouth (WOM)</i> .....	20
2.3.3 Indikator <i>Word Of Mouth (WOM)</i> .....	21
2.4 Penelitian Terdahulu .....	23
2.5 Kerangka Konseptual .....	28
2.6 Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Metode .....	30
3.2 Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1 Populasi .....	30
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Data Penelitian .....	32
3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	35
3.4.1 Variabel Penelitian .....	35
3.4.2 Definisi Operasional.....	37
3.5 Metode Analisis Data .....	38
3.5.1 Skala Pengukuran.....	38
3.5.2 Uji Instrumen .....	38
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.4 Uji Pengaruh .....	44
3.6 Pengujian Hipotesis.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Hasil .....	49
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.1.2 Hasil Penelitian .....	50
4.2 Pembahasan.....	74
4.2.1 Pengaruh <i>Digital Marketing (X1)</i> Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) .....	75
4.2.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth (WOM) (X2)</i> Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) .....	77
4.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing (X1)</i> dan <i>Word Of Mouth (WOM) (X2)</i> Terhadap Minat Beli Konsumen (Y).....	79
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1	Skala Likert .....	35
Tabel 3. 2	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi .....	44
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3	Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1) .....	53
Tabel 4. 4	Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2) .....	54
Tabel 4. 5	Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	55
Tabel 4. 6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel <i>Descriptive Statistics</i> .....	56
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1) .....	58
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	58
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y1).....	59
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1).....	60
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (WOM)(X1) .....	60
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y1).....	61
Tabel 4. 13	Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	62
Tabel 4. 14	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji <i>Glejser</i> .....	65
Tabel 4. 15	Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4. 16	Hasil Uji Autokorelasi .....	67
Tabel 4. 17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4. 18	Hasil Uji t (Parsial) .....	70
Tabel 4. 19	Hasil Uji F (Simultan).....	73
Tabel 4. 20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-P Plot .....	63
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Rekapitulasi Variabel X2 .....	95
Lampiran 2. Data Rekapitulasi Variabel Y1 .....	98
Lampiran 3. Hasil Output SPSS Uji Validitas .....	102
Lampiran 4. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas .....	105
Lampiran 5. Hasil Output SPSS Uji Multikolonieritas .....	107
Lampiran 6. Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas .....	108
Lampiran 7. Hasil Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda .....	109
Lampiran 8. Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi .....	110
Lampiran 9. Hasil Output SPSS Uji T .....	111
Lampiran 10. Hasil Output SPSS Uji F .....	112
Lampiran 11. Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	113