

DAFTAR ISI

HALAMAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelian	10
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Pemasaran Digital.....	15
3. Live Streaming	17
4. Content Marketing	21
5. Viral Marketing	25
6. Keputusan Pembelian.....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Berfikir	39
D. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	41
B. Setting Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	41
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	42
E. Uji Validasi dan Realibilitas	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	49
1. Gambaran Obyek Penelitian	49
2. Analisis Data	55
B. Pembahasan.....	64

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	70
B. Saran-saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel	HAL
2.1 : Penelitian Terdahulu 1	36
2.2 : Penelitian Terdahulu 2	37
2.3 : Penelitian Terdahulu 3	38
2.4 : Penelitian Terdahulu 4	38
2.5 : Penelitian Terdahulu 5	44
3.1 : Definisi Operasional.....	43
3.2 : Bobot Nilai Kuesioner	45
4.1 : Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2 : Data Responden Berdasarkan Usia	50
4.3 : Deskripsi Jawaban Variabel <i>Live Streaming</i>	51
4.4 : Deskripsi Jawaban Variabel <i>Content Marketing</i>	52
4.5 : Deskripsi Jawaban Variabel <i>Viral Marketing</i>	52
4.6 : Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	54
4.7 : Uji Validasi.....	55
4.8 : Uji Reliabilitas	55
4.9 : Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	58
4.10 : Hasil Uji Heterokedastistas Glejser.....	59
4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.12 : Hasil Uji Linear Berganda.....	60
4.13 : Hasil Uji T Parsial.....	61
4.14 : Hasil Uji F Simultan	63
4.15 : Hasil Uji R ² Determinasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	HAL
1.1 : Jumlah Pengguna Aktif Tiktok Global Dari Tahun 2018 Sampai 2023	2
1.2 : Persentase Pengguna Tiktok Global Berdasarkan Kelompok Usia Dan Gender (Oktober 2023)	3
1.3 : 10 Negara Dengan Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak Di Dunia (Oktober 2023)	4
2.1 : Konsep Inti Pemasaran	39
2.2 : Kerangka Berfikir	44
4.1 : Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	56
4.2 : Hasil Uji Normalitas Propanility	57
4.3 : Hasil Uji Heterokedastistas Scatter Plot	58

