

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. <i>Digital Marketing</i>	7
2.2. <i>User Experience</i>	7
2.3. <i>Digital Content Attraction</i>	8
2.4. <i>Customer Purchase Intention</i>	9
2.5. Penelitian Terdahulu.....	11
2.6. Kerangka Pemikiran	12
2.7. Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1. Jenis Penelitian Dan Lokasi Penelitian	14
3.2. Sumber Data	14
3.3. Metode Pengumpulan Data	14
3.4. Populasi dan Sample	15
3.5. Identifikasi Operasional Variable.....	17
3.6. Operasional Variable	17
3.7. Uji Validitas dan Realibilitas	18
3.8. Uji Asumsi Klasik	19
3.9. Teknik atau Alat Analisis Data	22
3.10. Pengujian Hipotesis	23
3.11. Koefisiensi Determinan (<i>R square</i>)	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1. Deskripsi Data	25

4.3.	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	32
4.4.	Hasil Analisis Data	35
4.5.	Hasil Pengujian Hipotesis	36
4.6.	Koefisiensi Determinan (<i>R Square</i>)	39
4.7.	Pembahasan	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		41
5.1.	Kesimpulan.....	41
5.2.	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA		43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	6
Tabel 1.2.....	6
Tabel 2.1.....	18
Tabel 3.1.....	15
Tabel 3.2.....	17
Tabel 3.3.....	19
Tabel 4.1.....	25
Tabel 4.2.....	26
Tabel 4.3.....	26
Tabel 4.4.....	27
Tabel 4.5.....	27
Tabel 4.6.....	28
Tabel 4.7.....	28
Tabel 4.8.....	29
Tabel 4.9.....	30
Tabel 4.10.....	31
Tabel 4.11.....	32
Tabel 4.12.....	32
Tabel 4.13.....	33
Tabel 4.14.....	33
Tabel 4.15.....	34
Tabel 4.16.....	34
Tabel 4.17.....	35
Tabel 4.18.....	35
Tabel 4.19.....	37
Tabel 4.20.....	38
Tabel 4.21.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	3
Gambar 2. 1.....	12
Gambar 3. 1.....	16