

DAFTAR ISI

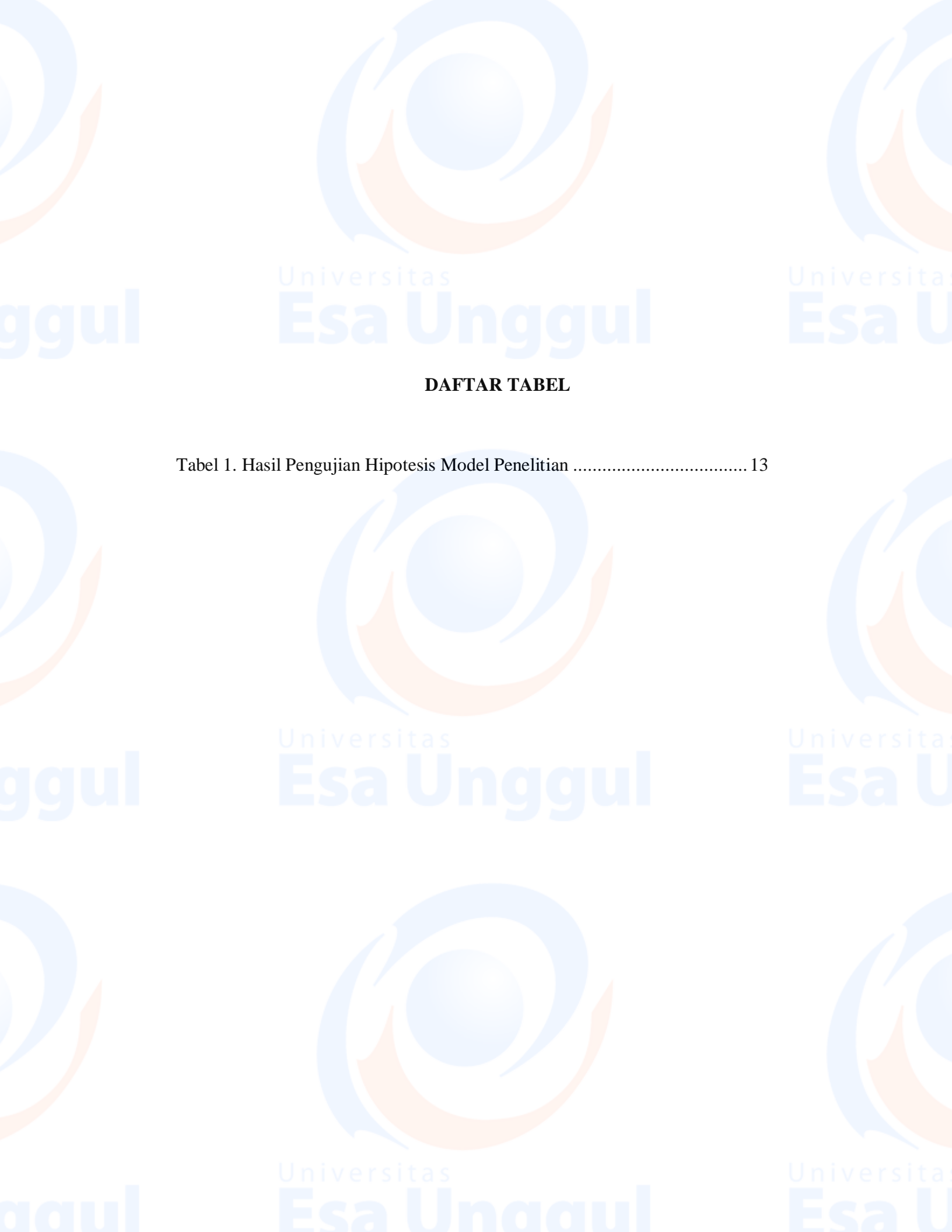
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
PENDAHULUAN	1
TINJAUAN PUSTAKA.....	3
<i>Digital Marketing</i>	4
<i>Lifestyle</i>	4
<i>Trust</i>	5
Keputusan Pembelian.....	5
HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
Pengaruh Digital Marketing, Lifestyle, Kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	5
Pengaruh Digital marketing terhadap keputusan pembelian.....	6
Pengaruh Lifestyle terhadap keputusan pembelian	6
Pengaruh Trust terhadap keputusan pembelian	7

Lifestyle merupakan variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian.....	7
MODEL PENELITIAN	8
METODE PENELITIAN.....	8
Desain Penelitian	
Pengukuran.....	9
Populasi dan Sampel	9
Metode Analisis Data.....	10
HASIL	10
Demografi Responden	10
Uji validitas dan Reliabilitas	11
Uji Asumsi Klasik.....	11
Analisis Persamaan Model Regresi	11
Analisis Pengaruh Secara Bersama-sama (Simultan).....	12
Analisis Pengaruh Secara Parsial (Sendiri-sendiri)	12
Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	12
Diskusi	13
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	15
Kesimpulan.....	15
Keterbatasan Penelitian.....	16
Saran untuk Peneliti Selanjutnya	16
Implikasi Manajerial	17
DAFTAR REFERENSI	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu	23
Lampiran 2. Definisi Operasional Variabel	30
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	34
Lampiran 4. Tabulasi Data 30 Responden	38
Lampiran 5. Analisis Validitas dan Reabilitas	39
Lampiran 6. Tabulasi Data 135 Responden	45
Lampiran 7. Uji Klasik.....	50



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis Model Penelitian 13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian..... 8