

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Pernyataan Keaslian .....	iv
Pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah .....	v
Motto dan persembahan .....	vi
Abstrak .....	vii
Intisari.....	ix
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar .....	xviii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat.....	8

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>New Media</i> .....	9
2.1.2 <i>Digital Marketing</i> .....	11
2.1.3 <i>Konten Digital</i> .....	12

2.1.4 <i>Fluency</i> (Kefasihan) .....	15
2.1.5 <i>Digital Information Fluency</i> (Kefasihan Informasi Digital) .....	16
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	17
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	19
2.2.1 <i>New Media</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli .....	19
2.2.2 <i>Konten Digital</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli .....	20
2.2.3 Minat Beli Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.2.4 <i>Konten Digital</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.2.5 <i>New Media</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3 Model Empirik .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Populasi Dan Sampel .....	27
3.3 Jenis Data Dan Prosedur Pengumpulan Data .....	29
3.3.1 Sumber Data Dan Jenis Data .....	29
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.4 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4.1 Variabel Penelitian .....	30
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	31
3.5 Metode Analisis.....	32
3.5.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	32

3.5.2 Uji Instrumental.....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	33
3.5.4 Path Analisis.....	35
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	35
3.5.6 Koefisien Determinasi.....	36
3.5.7 Uji <i>Sobeltest</i> .....	36

## **BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Responden.....	37
4.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	37
4.1.2 Usia Responden.....	38
4.1.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	39
4.1.4 Pekerjaan Responden .....	39
4.2 Uji Instrumental.....	40
4.2.1 Uji Validitas .....	40
4.2.2 Uji Reabilitas.....	42
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	42
4.4 Analisis Path.....	48
4.5 Pengujian Hipotesis.....	52
4.6 Koefisien Determinasi.....	54
4.6.1 Koefisien Determinasi <i>Konten Digital Marketing Dan New Media</i> Terhadap Minat Beli.....	54
4.6.2 Koefisien Determinasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	55

4.7 Uji <i>Sobeltest</i> .....	56
4.7.1 <i>Konten Digital</i> , Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.7.2 <i>New Media</i> , Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.8 Pembahasan .....	59
4.9 Implikasi Manajerial.....	63
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	65
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	38
Tabel 4.2 Usia Responden.....	38
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	39
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel .....	41
Tabel 4.6 Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4.7 Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Antara Variable <i>Konten Digital, New Media Terhadap Minat Beli</i> .....	44
Tabel 4.8 Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Antara Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 4.9 Nilai Uji Multikolinear Antara Variabel <i>Konten Digital,</i> <i>New Media</i> terhadap Minat Beli.....	46
Tabel 4.10 Nilai Uji Multikolinear Antara Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	46
Tabel 4.11 Nilai Uji Heteroskedasitas Antara Variabel <i>Konten Digital,</i> <i>New Media</i> terhadap Minat Beli.....	47
Tabel 4.12 Nilai Uji Heteroskedasitas Antara Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.13 <i>Coefficients Regresi</i> Model 1 .....	49
Tabel 4.14 <i>Adjusted R Square</i> .....	49

Tabel 4.15 <i>Standardized Coefficients Beta</i> .....	50
Tabel 4.16 <i>Coefficients Regresi Model 2</i> .....	51
Tabel 4.17 <i>Adjusted R Square Model 2</i> .....	51
Tabel 4.18 Analisis Hipotesis <i>Konten Digital</i> terhadap Minat Beli Dan <i>New Media</i> terhadap Minat Beli .....	52
Tabel 4.19 Analisis Hipotesis Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi <i>Konten Digital</i> Dan <i>New Media</i> terhadap Minat Beli .....	55
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	55

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Pengguna Transportasi <i>Online</i> pada Ponsel Android .....	5
Gambar 2.1 Model Empirik.....	25
Gambar 4.1 <i>Normal Probability Plot</i> Antara Variabel <i>Konten Digital, New Media terhadap</i> Minat Beli .....	43
Gambar 4.2 <i>Normal Probability Plot</i> Antara Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	44
Gambar 4.3 Diagram Jalur Model Struktur 1 .....	50
Gambar 4.4 Diagram Jalur Model Struktur 2 .....	52
Gambar 4.5 <i>Sobel Test Calculator For The Significance Of Mediation Models</i> .....	57
Gambar 4.6 <i>Sobel Test Calculator For The Significance Of Mediation Models</i> .....	58