

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
BAB II.....	5
TELAAH KEPUSTAKAAN.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 <i>Digital Marketing</i>	5
2.1.2 <i>Perkembangan Digital Marketing</i>	6
2.1.3 <i>Strategi Digital Marketing</i>	7
2.1.4 <i>Media Sosial dalam Digital Marketing</i>	10
2.1.5 <i>Digital Marketing Setelah COVID-19</i>	11
2.1.6 <i>Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Video game</i>	11
2.1.7 <i>Pengaruh Channels Media Sosial Terhadap Penjualan Video game</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13

2.3	Kerangka Konsep Penelitian.....	15
2.4	Hipotesis dan Kaitan Antar Variabel	16
BAB III.....		19
METODOLOGI PENELITIAN		19
3.1	Jenis dan Periode Penelitian	19
3.2	Sumber dan Pengumpulan Data.....	19
3.3	Operasional Variabel	21
3.4	Metode Analisis	23
3.4.1	Uji Reliabilitas.....	24
3.4.2	Pengujian <i>Outer Model</i>	26
3.4.2.1	Uji Validitas.....	26
3.4.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	28
3.4.4	Analisis Statistik Deskriptif.....	29
3.4.5	<i>Bootstrapping</i>	29
BAB IV.....		30
HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Pengumpulan Data.....	30
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	31
4.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	37
4.3.1	<i>Convergent Validity</i>	38
4.3.2	Validitas Diskriminan.....	41
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	44
4.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
4.4.1	<i>R-Square</i>	45
4.4.2	<i>Predictive Relevance (Q-Square)</i>	46
4.4.3	<i>Path Coefficient</i>	46
4.5	Pengujian Hipotesis	47
4.6	Pembahasan	50

4.6.1	Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Penjualan <i>Video game online</i>	50
4.6.2	Pengaruh Media Sosial Facebook terhadap Penjualan <i>Video game online</i> ...	50
4.6.3	Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Penjualan <i>Video game online</i> ...	51
4.6.4	Pengaruh Media Sosial Twitter/X terhadap Penjualan <i>Video game online</i> ...	52
BAB V		53
KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran dan Implikasi Manajerial	54
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN		59
Daftar Pertanyaan		59
Data Mentah.....		61
Biodata Peneliti.....		66