

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Social Media</i>	9
2.2 <i>Social Media Marketing</i>	10
2.3 Instagram.....	11
2.4 Konten Media Sosial Instagram	13
2.5 Perilaku konsumen	14
2.6 Keputusan Pembelian.....	15
2.7 Penelitian Terdahulu	17
2.7.1 Hubungan antara Variabel Konten Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.8 Model Penelitian	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	21

3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.3.1	Populasi.....	21
3.3.2	Sampel	21
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4	Data Penelitian.....	23
3.4.1	Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data (Kuesioner)	24
3.5	Variabel Penelitian.....	25
3.6	Definisi Operasional	25
3.7	Uji Instrumen Penelitian	26
3.7.1	Uji Reliabilitas	26
3.7.2	Uji Validitas.....	27
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.8.1	Uji Normalitas	27
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas	28
3.9	Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.10	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	29
3.11	Pengujian Hipotesis	29
3.11.1	Uji Parsial (Uji t)	29
3.11.2	Koefisien Determinasi (R^2)	30
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Gambaran Umum Akun Instagram Voilaspell	31
4.2	Karakteristik Responden.....	32
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	33
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	33
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	35
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	36
4.3	Analisis Deskriptif	37
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Konten Media Sosial Instagram (X).....	38
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	39

4.4 Uji Instrumen Data	40
4.4.1 Uji Reliabilitas.....	40
4.4.2 Uji Validitas	41
4.5 Uji Asumsi Klasik	42
4.5.1 Uji Normalitas	42
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	43
4.7 Pengujian Hipotesis.....	45
4.7.1 Hasil Uji t (Parsial).....	45
4.7.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.8 Pembahasan Pengaruh Konten Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian	47
BAB 5 PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	55
BIODATA PENULIS.....	89



~Halaman Sengaja Dikosongkan~