

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II: TUNJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu dan Sekarang	29
C. Pengaruh Variabel Penelitian	30
D. Kerangka Pemikiran	33
E. Hipotesis Penelitian	34
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	35
B. Populasi Penelitian	36
C. Sampel dan Teknik Sampling	36
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	38
E. Jenis dan Sumber Data Penelitian	39
F. Prosedur Pengambilan Data	40
G. Definisi Operasional Variabel	42
H. Uji Instrumen	45
I. Teknik Analisis Data	47
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	53
B. Analisis Regresi Berganda	60
C. Pengujian Hipotesis	63
D. Pembahasan	65
BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dan Sekarang	29
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Jurusan Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta 2018/2019.....	36
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	41
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validatas 30 Responden	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengguna Instagram.....	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengakses Media Sosial.....	56
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	57
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM).....	58
Tabel 4.8 Persepsi Responden Variabel Persepsi Nilai.....	59
Tabel 4.9 Persepsi Responden Variabel Minat Beli.....	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji R ²	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Pada Tahun 2017	1
Gambar 1.2 Grafik Layanan yang di Akses	2
Gambar 1.3 Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33