

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	<i>ii</i>
HALAMAN PENGESAHAN	<i>iii</i>
HALAMAN PERNYATAAN	<i>iv</i>
HALAMAN MOTTO.....	<i>v</i>
HALAMAN PERSEMBAHAN	<i>vi</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>vii</i>
DAFTAR ISI.....	<i>x</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>xii</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xiii</i>
ABSTRAK	<i>xiv</i>
ABSTRACT.....	<i>xv</i>
BAB I	<i>1</i>
PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah.....	<i>9</i>
1.3 Tujuan Penilitian.....	<i>9</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>10</i>
1.5 Landasan Teori.....	<i>10</i>
1.5.1 Teori Elaboration Likelihood Model.....	<i>11</i>
1.6 Kerangka Pemikiran.....	<i>17</i>
1.7 Hipotesis	<i>18</i>
BAB II	<i>19</i>
TINJAUAN PUSTAKA	<i>19</i>
2.1 Media Sosial	<i>19</i>
2.2 Kualitas Konten.....	<i>21</i>
2.3 Keputusan Pembeli	<i>23</i>
2.4 Minat Beli.....	<i>29</i>

BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Objek Penelitian	35
3.3 Subjek Peneltian.....	35
3.4 Variabel Penelitian.....	35
3.5 Populasi dan sampel.....	36
3.6 Sumber Data	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.8 Definisi Konsep.....	39
3.9 Definisi Operasional.....	41
3.10 Uji Validitas	43
3.9 Uji Reliabilitas	47
3.11 Teknik Analisis Data.....	49
3.11.1 Pearson's Correlation (product moment).....	49
3.11.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.11.3 Uji Hipotesis (Uji T)	50
3.11.4 Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	50
BAB IV.....	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Objek Penilitian	51
4.2 Identifikasi Responden	52
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Deskripsi Data Penelitian	55
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
BAB IV.....	93
PENUTUP.....	93
5.1Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X	43
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	45
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	48
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	48
Tabel 4. 1 Variabel Kualitas Konten Indikator Helpful	55
Tabel 4. 2 Variabel Kualitas Konten Indikator Entertaining.....	57
Tabel 4. 3 Variabel Kualitas Konten Indikator Authentic.....	59
Tabel 4. 4 Variabel Kualitas Konten Indikator Relevant	62
Tabel 4. 5 Variabel Kualitas Konten Indikator Timely	64
Tabel 4. 6 Variabel Minat Beli Indikator Minat Transaksional	68
Tabel 4. 7 Variabel Minat Beli Indikator Minat Refernsial	70
Tabel 4. 8 Variabel Minat Beli Indikator Minat Preferential	72
Tabel 4. 9 Variabel Minat Beli Indikator Minat Eksploratif	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan penetrasi internet dari tahun 2016 hingga 2024 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)	2
Gambar 1. 2 Data pengguna media sosial menurut We are social per Januari 2023	3
Gambar 1. 3 Survey awal dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan sosial media.....	5
Gambar 1. 4 Instagram Bubur Hayam Kotabaru Yogyakarta	9
Gambar 4. 1 Presentase Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 4. 2 Presentase Usia Responden	53
Gambar 4. 3 Presentase Pekerjaan Responden	54