

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I_PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoretis	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Media sosial	10
2. Instagram	11
3. Keputusan Pembelian	13
4. Promosi	19

B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Pengaruh Variabel	30
D. Kerangka Konseptual	31
E. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	34
1. Objek Penelitian.....	34
2. Waktu Penelitian.....	34
C. Populasi	35
D. Sampel, Teknik Sampling dan Besaran Sampel.....	35
1. Sampel	35
2. Teknik Sampling.....	36
3. Besaran Sampel	37
E. Jenis Data Penelitian.....	37
1. Data Primer	37
2. Data Sekunder.....	38
F. Prosedur Pengambilan Data	39
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	40
1. Variabel Dependen	40
2. Variabel Independen.....	40
H. Definisi Operasional Variabel	41
I. Skala Pengukuran	43
J. Uji Instrumen.....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	46

K.	Teknik Analisis Data	47
1.	Analisis Deskriptif	47
2.	Uji Normalitas	48
3.	Regresi Linear Sederhana	50
4.	Uji Hipotesis	50
5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
A.	Hasil Penelitian.....	52
1.	Analisis Statistik Deskriptif	52
2.	Uji Normalitas	61
3.	Regresi Linear Sederhana	64
4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	65
B.	Pembahasan Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		72
A.	Simpulan.....	72
B.	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74
DAFTAR LAMPIRAN		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Rancangan Waktu Penelitian	33
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.3	Skala Likert	41
Tabel 3.4	Kategorisasi Variabel	41
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1	Statistik deskriptif karakteristik responden	49
Tabel 4.2	Persepsi Responden terhadap Variabel Promosi Media Sosial Instagram	53
Tabel 4.3	Persepsi Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.6	Hasil Uji Linearitas	61
Tabel 4.7	Hasil Regresi Linear Sederhana	63
Tabel 4.8	Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan proses pengambilan keputusan pembelian	13
Gambar 2.2	Kerangka konseptual	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah	83
Lampiran 3 Hasil Uji 30 Sampel.....	94
Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif.....	97
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	100
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi.....	101