

## BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. Social Media Marketing .....	10
2.2.2. Minat Beli .....	11
2.3. Kerangka Konseptual .....	13
2.4. Model Analisis .....	14
2.5. Hipotesis .....	14

## BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel .....	15
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	15
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	16
3.3.1. Data Primer .....	17
3.4. Uji Validitas dan Reabilitas .....	17
3.5. Analisis Data .....	18
3.5.1. Regresi Linier Berganda .....	18
3.5.2. Uji Signifikansi Simultan F .....	18
3.5.3. Uji Signifikansi Parsial t .....	19