


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7

2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Media Sosial.....	10
2.2.2 Keputusan Pembelian	12
2.3 Pengaruh antar Variabel	13
2.3.1 Pengaruh Media Sosial dengan Keputusan Pembelian	13
2.4 Kerangka Konseptual	14
2.5 Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel	16
3.2.1 Populasi.....	16
3.2.2 Sampel	17
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Data Primer.....	18
3.4 Metode Analisis Data	18
3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	19
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	20
3.5.1 Uji Validitas	20
3.5.2 Uji Reliabilitas	20
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	20
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	22



4.1 Gambaran Subyek dan Obyek Penelitian	22
4.2 Hasil Analisis Data.....	22
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	22
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	24
4.3 Analisis Linier Sederhana.....	26
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	27
4.4.1 Uji Validitas	27
4.4.2 Uji Reliabilitas	28
4.5 Pembahasan	29
4.5.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	32
5.1 Simpulan.....	32
5.2 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	34
LAMPIRAN.....	A-1