

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
1.5.1 Lokasi Penelitian	12
1.5.2 Waktu Penelitian	12

BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Sosial Media Marketing.....	14
2.1.1.1 Definisi Sosial Media Marketing.....	14
2.1.1.2 Indikator Sosial Media Marketing	16
2.1.2 Minat Beli	17
2.1.1.1 Definisi Minat Beli	17
2.1.1.2 Indikator Minat Beli.....	19
2.1.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.2.1 Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli	25
2.3 Hipotesis	27
BAB III	28
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Desain Penelitian.....	31
3.2.2 Operasional Variabel.....	34
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	38
3.2.3.1 Sumber Data.....	38
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	39
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.2.5 Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian.....	43

3.2.5.1 Uji Validitas	43
3.2.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.2.5.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)	48
3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	51
3.2.6.1 Rancangan Analisis	51
3.2.6.1.1 Analisis Deskriptif	52
3.2.6.1.1 Analisis Verifikatif	53
3.2.6.2 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	58
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	59
4.1.3 Deskripsi Jabatan.....	60
4.2 Karakteristik Responden.....	60
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	63
4.3.1 Sosial Media Marketing (X)	63
4.3.2 Minat Beli (Y)	73
4.4 Hasil Analisis Verifikatif.....	81
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana	81
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	83
4.4.2.1 Uji Normalitas	83
4.4.2.2 Uji Heterokedastisitas	86

4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi	87
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	88
4.4.5 Pengujian Hipotesis (Uji T)	89
BAB V	92
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95