DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah.....12

1.2.1 Identifikasi masalah.....12

1.2.2 Rumusan Masalah 13

1.3 Maksud dan Tujuan penelitian 13

1.3.1 Maksud penelitian 13

1.3.2 Tujuan penelitian.....13

1.4 Kegunaan Penelitian.....14

1.4.1 Kegunaan praktis.....14

1.4.2 Kegunaan akademis.....14

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 15

1.5.1 Lokasi Penelitian.....15

1.5.2 Waktu Penelitiatn.....15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....17

2.1.1 Pemasaran media sosial.....17

2.1.1.1 Pengertian Pemasaran media sosial 17

2.1.1.2 Jenis jenis media sosial.....19

2.1.1.3 keuntungan media sosial 20

2.1.1.4 Indikator pemasaran media sosial 21

2.1.2 Iklan *online*.....22

2.1.2.1 Pengertian iklan *online* 22

2.1.2.2 Karakteristik iklan *online* 24

2.1.2.3 Jenis jenis iklan *online* 25

2.1.2.4 Indikator iklan *online* 26

2.1.3 Keputusan pembelian.....29

2.1.3.1 Pengertian keputusan pembelian.....29

2.1.3.2 Indikator keputusan pembelian 30

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....31

2.2 Kerangka Pemikiran 33

2.2.1 Keterkaitan pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian..35

2.2.2 keterkaitan iklan *online* terhadap keputusan pembelian 35

2.3 Hipotesis.....37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 38

3.2 Metode Penelitian 39

3.2.1 Desain penelitian 40

3.2.2 Operasional Variabel 42

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 45

3.2.3.1 Sumber Data 45

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 46

3.2.3.2.1 Populasi 46

3.2.3.2.2 Sampel 47

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 48

3.2.4.1 Uji validitas 50

3.2.4.2 Uji reabilitas. 53

3.2.4.3 Uji MSI 56

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 57

3.2.5.1 Rancangan Analisis 57

3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif (Kualitatif 58

3.2.5.1.2 Analisis Data verifikatif (Kuantitatif 59

3.2.5.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda dan Asumsi Klasik 59

3.2.5.1.4 Analisis Korelasi 62

3.2.5.1.5 Analisis Koefisian Determinasi 63

3.2.6 Pengujian Hipotesis 64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum perusahaan 68

4.1.1 Sejarah singkat perusahaan 68

4.1.2 Struktur organisasi singkat perusahaan 70

4.2 Karakteristik responden 72

4.3 Analisis deskriptif 73

4.3.1 Pemasaran media sosial 74

4.3.2 Iklan *online* 87

4.3.3 Keputusan pembelian.....95

4.4 Analisis verifikatif 112

4.4.1 Analisis regresi berganda 113

4.4.2 Uji asumsi klasik 115

4.4.3 Analisis korelasi 119

4.4.4 Analisis koefisien determinasi 120

4.5 Pengujian hipotesis 123

4.5.1 Pengujian secara parsial (uji-t).....123

4.5.2 Pengujian secara simultan (uji-f) 126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 128

5.2 Saran.....129

DAFTAR PUSTAKA 130

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP