

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Sejarah Cafe Bagi Kopi	1
1.1.3 Ownership.....	2
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.5 Logo Perusahaan.....	4
1.1.6 Produk.....	5
1.2. Latar Belakang	9
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan.....	23
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.5.1 Aspek Teoritis.....	23
1.5.2 Aspek Praktis	23

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	24
BAB II.....	27
TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	27
2.1.1 Pemasaran	27
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	27
2.1.3 Social Media	28
2.1.4 Social Media Marketing.....	28
2.1.5 Pemasaran Digital	30
2.1.6 Influencer	30
2.1.7 Kredibilitas <i>Influencer</i>	32
2.1.8 Minat Beli	33
2.1.9 Penelitian Terdahulu	35
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.3 Hipotesis Penelitian	55
BAB III	57
METODOLOGI PENELITIAN.....	57
3.1 Jenis Penelitian	57
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.1 Variabel Independen	60
3.2.2 Variabel Dependen	60
3.3 Tahapan Penelitian	65
3.4 Populasi dan Sampel/Situasi Sosial.....	67
3.4.1 Populasi.....	67
3.4.2 Sampel	68

3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	70
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.5.2 Sumber Data	71
3.5.2.1 Data Primer	71
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	71
3.6.1 Uji Validitas.....	71
3.6.2 Uji Reliabilitas	78
3.7 Teknik Analisis Data	80
3.7.1 Analisis Data Deskriptif.....	80
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	81
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	83
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi (<i>R</i>²)	84
3.7.5 Pengujian Hipotesis	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Karakteristik Responden	87
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	90
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
4.2 Hasil Penelitian.....	93
4.2.1 Analisis Deskriptif	93
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Media Marketing</i>	94
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Kredibilitas <i>Influencer</i>	98
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	100
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	103

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	108
4.2.4 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	110
4.2.5 Uji Hipotesis	111
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	114
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i>	114
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i>	115
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	116
4.3.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Café Bagi Kopi	116
4.3.5 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Minat Beli Café Bagi Kopi.	117
4.3.6 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> (X1) dan Kredibilitas <i>Influencer</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Café Bagi Kopi.	119
BAB V.....	120
KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
5.2.1 Saran Praktis	121
5.2.2 Saran Teoritis.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	129