

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Pemasaran Digital.....	14
2.1.3 Social Media Advertising.....	14
2.1.4 The Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2).....	15
2.1.5 Purchase Intention	16

2.1.6	Performance Expectancy	17
2.1.7	Hedonic Motivation.....	18
2.1.8	Habit	18
2.1.9	Interactivity.....	18
2.1.10	Informativeness	19
2.1.11	Perceived Relevance.....	20
2.1.12	Hubungan Antar Variabel.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.2.1	Ulasan Penelitian (Skripsi) Terdahulu.....	23
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional	26
2.2.3	Ulasan Jurnal Internasional	29
2.3	Kerangka Pemikiran	32
2.4	Hipotesis Penelitian.....	35
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	35
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	36
3.2.1.	Operasional Variabel	36
3.2.2.	Skala Pengukuran	40
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel	42
3.5	Pengumpulan Data	43
3.5.1	Sumber Pengumpulan Data	43
3.5.2	Metode Pengumpulan Data	44
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6.1	Uji Validitas.....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	48

3.7.2	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.3	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	52
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	53
3.7.5	Uji Hipotesis	53
3.7.6	Koefisien Determinasi	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Pengumpulan Data	57
4.2	Karakteristik Responden	57
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	61
4.3	Hasil Penelitian	62
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	62
4.3.2	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	76
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	76
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.3.5	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	83
4.3.6	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	86
4.3.7	Koefisien Determinasi	87
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	100
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan	100
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	102
DAFTAR PUSTAKA		103