

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	8
1.3. Perumusan Masalah.....	16
1.3.1. Pertanyaan penelitian	18
1.4. Tujuan Penelitian	19
1.5. Manfaat penelitian	19
1.5.1. Aspek Teoritis.....	20
1.5.2. Aspek Praktis.....	20
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	20
1.6.1. Lokasi dan Objek Penelitian	20
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN.....	22
2.1. Tinjauan Pustaka	22
2.1.1. Pengertian Pemasaran	22
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	23
2.1.3. Komunikasi Pemasaran	24
2.1.4. Pemasaran di Media Sosial	25

2.1.5.	Proses Keputusan Pembelian	27
2.1.6.	Usaha Mikro Kecil Menengah	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	40
2.4	Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Jenis Penelitian	45
3.2.	Operasional Variabel	46
3.2.1.	Variabel Dependen.....	46
3.2.2.	Variabel independen.....	47
3.2.3.	Operasional variabel.....	48
3.3.	Tahapan Penelitian.....	58
3.4.	Populasi dan Sample	60
3.4.1.	Populasi.....	60
3.4.2.	Sample.....	61
3.5.	Teknik pengambilan data	62
3.5.1	Sumber Data Penelitian	62
3.5.2.	Skala Pengukuran.....	63
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
3.6.1.	Uji Validitas.....	64
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	66
3.7.	Teknik analisis data.....	67
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	67
3.7.2.	<i>Methods Successive Interval (MSI)</i>	69
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	70
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	72
3.8.	Uji hipotesis.....	72
3.8.1.	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	72

3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	73
3.8	Koefisien Determinasi (R^2)	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		76
4.1	Karakteristik Responden Penelitian.....	76
4.1.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.	76
4.1.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	77
4.1.3	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan.....	78
4.1.4	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan.....	79
4.1.5	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Asal Daerahnya..	80
4.2	Hasil Penelitian	81
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian	81
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.2.3	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	90
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis Parsial.....	92
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis Simultan	95
4.2.6	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
4.3	Pembahasan	97
4.3.1	<i>Interactivity</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	98
4.3.2	<i>Informativeness</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	99
4.3.3	<i>Word-of-mouth</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	100
4.3.4	<i>Personalization</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	101
4.3.5	<i>Trendiness</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran.....	106
5.2.1	Saran Praktis	106
5.2.2	Saran Akademis	107
DAFTAR PUSTAKA		108

