

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Bukalapak	1
1.1.2 Sejarah Bukalapak.....	1
1.1.3 Visi dan Misi Bukalapak.....	2
1.1.4 Struktur Organisasi Bukalapak	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.5.1 Aspek Teoritis	17
1.5.2 Aspek Praktis	17
1.6 Waktu Penelitian.....	18
1.7 Sistematikan Penulisan Tugas Akhir	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Rangkuman Teori.....	19
2.1.1 Pengertian Pemasaran	19
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.1.3 Pengertian Media Sosial.....	20
2.1.4 Definisi Social Media Marketing	21
2.1.5 Dimensi Social Media Marketing	22
2.1.6 Pengertian Minat Beli Konsumen	22
2.1.7 Dimensi Minat Beli Konsumen.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	34
2.4 Hipotesis	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	36
3.2.1 Variabel Operasional.....	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	38
3.2.3 Tahap Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39

3.4 Teknik pengumpulan data.....	41
3.4.1 Data Primer	41
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Reabilitas	43
3.6.1 Deskriptif Statistik	44
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	48
3.6.5 Uji Hipotesis	48
3.6.6 Koefisien Determinasi.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Karakteristik Responden	51
4.1.1 Jenis kelamin.....	51
4.1.2 Usia	52
4.1.4 Pengeluaran.....	53
4.1.5 Dari Media Sosial Mana Konsumen Mengetahui Bukalapak	54
4.2 Teknik analisis Deskriptif	54
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i>	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	62
4.3 Method Succesive Interval (MSI).....	68
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.1 Uji Normalitas.....	68
4.4.2 Uji Multikolinearitas	70
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.5 Analisis Regresi linier sederhana.....	72
4.6 Uji Hipotesis	72
4.6.1 Uji T.....	72
4.6.2 Uji F (Anova).....	73
4.7 Uji Determinasi.....	74
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	79
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84