

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERNYATAAN .....	3
KATA PENGANTAR .....	4
ABSTRAK .....	6
ABSTRACT.....	7
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR .....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB I.....	15
PENDAHULUAN .....	15
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	15
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	18
1.3 Rumusan Masalah .....	29
1.4 Tujuan Penelitian .....	29
1.5 Manfaat Penelitian .....	29
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	30
BAB II.....	32
TINJAUAN PUSTAKA .....	32

2.1. Landasan Teori.....	32
2.1.1 Pemasaran .....	32
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	32
2.1.3 Social Media Marketing.....	32
2.1.4 Dimensi Social Media Marketing .....	33
2.1.5 Kualitas Produk.....	34
2.1.6 Dimensi Kualitas Produk .....	34
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian .....	35
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu .....	38
2.2.1 Skripsi Terdahulu .....	38
2.2.2 Jurnal Nasional Terdahulu .....	40
2.3.3 Jurnal Internasional Terdahulu.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
2.3.1 Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian .	48
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	49
2.3.3 Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.4 Hipotesis Penelitian.....	51
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	52
2.5.1 Variabel Penelitian .....	52
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	52
<b>BAB III .....</b>	<b>53</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	53

3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	54
3.2.1. Variabel Operasional.....	54
3.2.2 Skala Pengukuran.....	59
3.3 Populasi dan Sampel .....	60
3.3.1 Populasi.....	60
3.3.2 Sampel.....	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.4.1 Sumber Data.....	62
3.5 Teknik Pengolahan Data .....	63
3.5.1 Uji Validitas .....	63
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	67
3.6 Teknik Analisis Data.....	68
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
3.6.3 Uji Hipotesis .....	72
3.6.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	72
3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	73
3.6.6 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	74
<b>BAB IV .....</b>	<b>76</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
4.1 Hasil Analisis .....	76
4.2 Karakteristik Responden .....	76
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	78
4.3 Hasil Penelitian .....	78

4.3.1 Analisis Deskriptif .....	79
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	94
a. Uji Normalitas .....	94
b. Uji Heteroskedastisitas .....	95
c. Uji Multikolinieritas .....	96
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	97
4.2.3 Uji Hipotesis .....	98
a. Uji Parsial (Uji T).....	98
b. Uji Simultan (F) .....	100
c. Koefisien Determinasi .....	101
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	101
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin.....	101
4.3.2 Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin .....	102
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin .....	103
4.3.4 Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin.....	104
4.3.5 Hasil Koefisien Determinasi Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin .....	105
BAB V.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran.....	106
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	107

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN.....	113