

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	i
SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Komunitas.....	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Identifikasi Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Kegunaan Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
1.8 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.8.1 Lokasi Penelitian	11
1.8.2 Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	26
2.2.1 Informasi.....	26
2.2.2 Keputusan Pembelian	27
2.2.3 Komunikasi.....	31
2.2.4 Media Komunikasi.....	31

2.2.5 Media Sosial	32
2.2.6 Instagram	33
2.2.7 Komunitas.....	35
2.2.8 Telkom Vapers.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis.....	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Jenis Penelitian.....	40
3.3 Objek Penelitian	41
3.3.1 Instagram @ <i>ministryofvapeindonesia</i>	41
3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	41
3.4.1 Operasional Variabel	41
3.4.1.1 Variabel Independen	41
3.4.1.2 Variabel Dependen.....	42
3.4.2 Skala Pengukuran	48
3.5 Populasi dan Sampel	48
3.5.1 Populasi.....	48
3.5.2 Sampel	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1 Sumber Data Primer	50
3.6.2 Sumber Data Sekunder	51
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.7.1 Uji Validitas.....	51
3.7.2 Uji Reliabilitas	53
3.8 Teknik Analisis Data.....	54
3.8.1 Analisis Deskriptif	54
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	57
3.8.4 Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	59

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas di Telkom University	60
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan di Telkom University.	61
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Informasi (Akurat)	62
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Informasi (Tepat Waktu) .	65
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Informasi (Relevan)	67
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Informasi (Lengkap)	70
4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Pengenalan Masalah)	73
4.2.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi)	76
4.2.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Evaluasi Berbagai Alternatif)	79
4.2.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Keputusan Pembelian)	82
4.2.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Perilaku Pascapembelian)	85
4.3 Uji Asumsi Klasik	88
4.3.1 Uji Normalitas	88
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	89
4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	91
4.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	91
4.6 Uji Koefisien Determinasi	93
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	99
5.2.1 Untuk Akun Instagram @ministryofvapeindonesia dan Pengguna	99
5.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	105