

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	12
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1 <i>Unifeld Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> ..	14

2.1.2	<i>Unifeld Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i>	15
2.1.3	Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.4	Promosi	18
2.1.5	Bauran Promosi.....	18
2.1.6	<i>Social Media Advertising</i>	20
2.1.6	Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Kerangka Penelitian	26
2.4	Hipotesis Penelitian	28
BAB 3	METODE PENELITIAN	30
3.1	Karakteristik Penelitian	30
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	31
3.2.1	Jenis Variabel	31
3.2.2	Operasional Variabel.....	32
3.2.3	Skala Pengukuran.....	40
3.3	Tahapan Penelitian	40
3.4	Populasi Dan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Teori Pengumpulan Data.....	46
3.5.1	Jenis Data	46
3.5.2	Teknik Pengumpulan data.....	46
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.6.1	Uji Validitas	46

3.6.2	Uji Realibilitas	49
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	50
3.7.1	Multivariat.....	50
3.7.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	50
3.7.3	Partial Least Square (PLS).....	51
3.7.4	Goodness of Fit Test (Uji Kecocokan Model).....	56
BAB 4	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Karakteristik Responden	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	60
4.1.5	Karakteristik Pendapatan Responden.....	61
4.1.6	Karakteristik Domisili Responden	62
4.2	Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Model Konstruksi	64
4.2.2	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	64
4.2.3	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	72
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.7	Goodness of Fit Test (Uji Kecocokan Model).....	81
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
4.3.1	Pembahasan Hipotesis 1	82
4.3.2	Pembahasan Hipotesis 2.....	83
4.3.3	Pembahasan Hipotesis 3.....	83
4.3.4	Pembahasan Hipotesis 4.....	83

4.3.5	Pembahasan Hipotesis 5.....	83
4.3.6	Pembahasan Hipotesis 6.....	83
4.3.7	Pembahasan Hipotesis 7.....	84
4.3.8	Pembahasan Hipotesis 8.....	84
4.3.9	Pembahasan Hipotesis 9.....	84
4.3.10	Pembahasan Hipotesis 10.....	84
4.3.11	Faktor yang paling berpengaruh terhadap Purchase Intention.....	85
BAB 5		87
KESIMPULAN.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	87
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	87
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		95
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....		95
Lampiran 2 : Uji Validitas ($>0,3091$) dengan IBM SPSS 2.4.....		101
Lampiran 3 : Uji Realibilitas ($=>0,70$) dengan IBM SPSS 2.4.....		105
Lampiran 4 : Hasil Output dari SmartPLS 3.0		107