

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Informasi	10
2.1.3 Media Sosial	11
2.1.3.1 Karakteristik Media Sosial	11
2.1.3.2 Jenis Media Sosial	13
2.1.4 Instagram	14
2.1.5 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
2.5 Ruang Lingkup	30
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	31
3.2.1	Operasional Variabel	31
3.2.1.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	32
3.2.1.2	Variabel Dependent (Variabel Terikat)	32
3.2.2	Skala Pengukuran	36
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1	Sumber Data Primer	38
3.4.2	Sumber Data Sekunder	38
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.5.1	Uji Validitas	39
3.5.2	Uji Reliabilitas	42
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Analisis Deskriptif	43
3.6.2	Metode Successive Interval (MSI)	45
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.3.1	Uji Normalitas	46
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas	46
3.6.4	Koefisien Korelasi	46
3.6.5	Koefisien Determinasi	47
3.6.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	48
3.6.7	Uji T	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Pengumpulan Data	51
4.2	Karakteristik Responden	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question	51
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3	Hasil Penelitian	53
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel X (Informasi)	54

4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Pembelian)	60
4.3.3	Method of Successive Interval (MSI)	69
4.3.4	Uji Asumsi Klasik	70
4.3.4.1	Uji Normalitas	70
4.3.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.3.5	Koefisien Korelasi.....	72
4.3.6	Koefisien Determinasi	73
4.3.7	Regresi Linear Sederhana	73
4.3.8	Uji T	74
4.3.9	Pembahasan	75
4.3.9.1	Variabel Informasi (X).....	75
4.3.9.2	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
4.3.6.3	Pengaruh Informasi terhadap Keputusan Pembelian.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran	82
5.2.1	Saran Teoritis	82
5.2.2	Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		87