

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.1.5 <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.1.6 Instagram.....	19
2.1.7 Minat Beli	20

2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran	30
2.4	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Operasionalisasi Variabel	33
3.2.1	Variabel Operasional.....	33
3.2.2	Skala Pengukuran.....	35
3.3	Tahapan Penelitian.....	36
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi.....	37
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Sumber Data dan Pengumpulan Data	39
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	39
3.7	Teknik Analisis Data	40
3.7.1	Analisis Deskriptif	40
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	42
3.7.4	Uji (R) Koefisien Determinasi	43
3.7.5	Uji (F) Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Karakteristik Responden.....	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Validitas dan Reabilitas	46
4.2.2	Statistik Deskriptif	48

4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.4	Regresi Linear Berganda.....	56
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	58
4.2.5	Uji Hipotesis	58
4.3	Pembahasan	61
4.3.1	<i>Attractiveness</i> Terhadap Minat Beli.....	61
4.3.2	<i>Trustworthiness</i> Terhadap Minat Beli.....	63
4.3.3	<i>Expertise</i> Terhadap Minat Beli	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	68
5.2.1	Saran Akademis	68
5.2.2	Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN.....		73