

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
BAB III	53
METODOLOGI PENELITIAN.....	53
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 ²).....	74
BAB IV	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
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