

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Tugas Akhir	4
1.4. Kontribusi Tugas Akhir.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Keputusan Pembelian.....	5
2.2. Pemasaran Sosial Media	10
2.3. Instagram	14
2.4. Hubungan Antara Pemasaran Sosial Media & Keputusan Pembelian.....	16
2.5. Kerangka Pemikiran Penelitian	20
2.6. Hipotesis Penelitian	20
BAB III. METODE TUGAS AKHIR	21
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian Tugas Akhir	21
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.3. Data, Alat, dan Bahan.....	22
3.4. Pengumpulan Data.....	22
3.5. Metode Analisis	22
a. Uji Validitas	22
b. Uji Reliabilitas.....	22
c. Regresi Linear Sederhana	23
d. Koefisien Determinasi R ²	23
e. Uji Hipotesis (Uji t)	23
3.6. Tolak Ukur Keberhasilan Rancangan	24
3.7. Operasional Variabel.....	25

BAB IV. Hasil Penelitian.....	28
4.1. Gambaran dan Objek Penelitian	28
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	29
a.Visi.....	29
b.Misi.....	29
4.3. Profil Perusahaan.....	30
4.4. Analisis Data.....	30
4.4.1 Karakteristik Responden	30
a.Jenis Kelamin	30
b.Usia	31
c.Pekerjaan	32
4.4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	33
a.Hasil Uji Validitas	33
b.Hasil Uji Reliabilitas	34
c.Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	35
d.Hasil Uji t.....	37
e. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	38
 BAB V. Pembahasan	 39
5.1 Pembahasan Penelitian	39
 BAB VI. Kesimpulan.....	 43
6.1 Kesimpulan.....	43
6.2 Saran	45
Lampiran	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Pemasaran Sosial Media Instagram (X) dan Keputusan Pembelian (Y)	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Sosial Media Instagram.....	33
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas terhadap Variabel X Pemasaran Sosial Media ..	35
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	35
Tabel 4.9	Hasil Uji t.....	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	38
Lampiran	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan Kerangka Pemikiran Penelitian Pemasaran Sosial Media Instagram (X) dan Keputusan Pembelian (Y).....	20
Gambar 4.1 PT. Panca Niaga Mandiri, Aek Kanopan	29
Gambar 4.2 PT. Panca Niaga Mandiri, Aek Kanopan	29
Lampiran.....	49