

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Perilaku Konsumen	10
2.2.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.2.3 Media Sosial.....	17
2.2.4 Desain Produk	20
2.2.5 Pengaruh antar Variabel.....	21
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	25
3.3 Skala Pengukuran Variabel	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	28
3.5 Jenis dan Sumber Data	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Uji Instrumen.....	31
3.8 Teknik Analisis Data	33
3.8.1 Analisa Deskriptif	33
3.8.2 Analisis Inferensi	34
3.9 Uji Asumsi Klasik	35
3.10 Uji hipotesis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	39
4.2. Analisis Data.....	41

4.3. Uji Asumsi Klasik	44
4.4. Uji Regresi Linier Berganda	48
4.5. Uji Hipotesis	50
4.6. Pembahasan.....	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN