

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 15 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 18 |
| 2.1 Landasan Teori | 18 |
| 2.1.1 Citra Merek | 18 |
| 2.1.2 Promosi Penjualan..... | 20 |
| 2.1.3 Periklanan Media Sosial..... | 23 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 27 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.5 | Atribut Produk..... | 29 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 33 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 33 |
| 3.1.1 | Variabel Penelitianvmc | 33 |
| 3.1.2 | Definisi Operasional..... | 34 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 36 |
| 3.2.1 | Populasi | 36 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 36 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data..... | 37 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.5 | Metode Analisis Data..... | 39 |
| 3.5.1 | Analisis Deskriptif..... | 39 |
| 3.5.2 | Analisis Kuantitatif | 40 |
| 3.5.2.1 | Uji Validitas | 41 |
| 3.5.2.2 | Uji Reliabilitas..... | 41 |
| 3.6 | Uji Asumsi Klasik..... | 41 |
| 3.6.1 | Uji Multikolinieritas | 41 |
| 3.6.2 | Uji Heterokedastisitas | 42 |
| 3.6.3 | Uji Normalitas | 42 |
| 3.7 | Analisis Regresi Berganda..... | 43 |
| 3.8 | Pengujian Hipotesis | 44 |
| 3.8.1 | Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)..... | 44 |
| 3.8.2 | Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)..... | 44 |
| 3.8.3 | Koefisien Determinasi..... | 45 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| 4.1 Pendahuluan..... | 46 |
| 4.2 Deskripsi Objek Penelitian | 46 |
| 4.3 Gambaran Umum Responden..... | 47 |
| 4.4 Analisis Indeks Jawaban Responden | 50 |
| 4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Promosi Penjualan | 52 |
| 4.4.2 Analisis Indeks Jawaban Periklanan Media Sosial | 53 |
| 4.4.3 Analisis Indeks Jawaban Atribut Produk | 54 |
| 4.4.4 Analisis Indeks Jawaban Citra Merek..... | 55 |
| 4.4.5 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian | 57 |
| 4.5 Analisis Hasil Penelitian..... | 58 |
| 4.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 59 |
| 4.5.1.1 Uji Validitas | 59 |
| 4.5.1.2 Uji Reliabilitas..... | 60 |
| 4.5.2 Uji Asumsi Klasik | 61 |
| 4.5.2.1 Uji Multikolinieritas | 61 |
| 4.5.2.2 Uji Heterokedastisitas | 62 |
| 4.5.2.3 Uji Normalitas | 63 |
| 4.5.3 Uji Regresi Linier Berganda | 66 |
| 4.5.4 Uji Goodness of Fit | 69 |
| 4.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2) | 69 |
| 4.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) | 70 |
| 4.5.4.3 Uji Parsial (T)..... | 72 |
| 4.6 Pembahasan | 74 |
| 4.6.1 Pengujian Hipotesis 1 | 74 |

| | | |
|--------------|------------------------------------|-----------|
| 4.6.2 | Pengujian Hipotesis 2..... | 75 |
| 4.6.3 | Pengujian Hipotesis 3..... | 76 |
| 4.6.4 | Pengujian Hipotesis 4..... | 77 |
| BAB V | PENUTUP | 79 |
| 5.1 | Ringkasan Penelitian..... | 79 |
| 5.2 | Kesimpulan Hipotesis..... | 80 |
| 5.3 | Kesimpulan Masalah Penelitian..... | 81 |
| 5.4 | Implikasi Manajerial..... | 84 |
| 5.5 | Keterbatasan Penelitian..... | 86 |
| 5.6 | Penelitian Mendatang | 87 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 88 |

FEB UNDIP