

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Teori Perilaku Rencanan / <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	15
2.2 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
2.3 Pemasaran Media Sosial.....	23
2.4 Duta Merek.....	29
2.5 Citra Merek.....	34
2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	40
2.7 Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian .....	42
3.1.1 Jenis Variabel Penelitian.....	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	43

3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel .....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.3.1 Data Primer .....	46
3.3.2 Data Sekunder.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner .....	48
3.5.1 Uji Semantik .....	48
3.5.1.1 Uji Semantik Indikator Variabel.....	48
3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis.....	53
3.5.2 Uji Statistik .....	62
3.5.2.1 Uji Validitas .....	62
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	64
3.6 Teknik Analisis.....	65
3.6.1 Angka Indeks .....	65
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.6.2.1.1 Uji Normalitas .....	67
3.6.2.1.2 Uji Multikolinearitas .....	68
3.6.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	69
3.6.2.2 Uji Kelayakan Model.....	69
3.6.2.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
3.6.2.2.2 Uji F.....	71
3.7 Uji Hipotesis.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	74
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian .....	75
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	76

4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	78
4.1.2.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	79
4.2 Angka Indeks.....	79
4.2.1 Angka Indeks Variabel Pemasaran Media Sosial .....	80
4.2.2 Angka Indeks Variabel Duta Merek .....	81
4.2.3 Angka Indeks Variabel Citra Merek.....	82
4.2.4 Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian .....	83
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	84
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.3.1.1 Uji Normalitas .....	84
4.3.1.2 Uji Multikolonieritas.....	85
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	87
4.3.3 Uji Kelayakan Model.....	90
4.3.3.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
4.3.3.2 Uji F .....	91
4.4 Uji Hipotesis.....	92
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	96
5.2 Implikasi Teoritis .....	98
5.3 Implikasi Manajerial.....	100
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	103
5.5 Saran Penelitian Mendatang .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>