

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
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
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
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

<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
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 <sup>2</sup> ) ..... 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
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
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
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>88</b>