

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	17
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	18
1.3.1 Tujuan Penelitian	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian	19
1.4 Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	22
2.1.1 Social Media Marketing	22
2.1.2 Sikap Konsumen	23
2.1.3 Kemenarikan Posting Message.....	26
2.1.4 Daya Tanggap Pelayanan	30
2.1.5 Kemudahan dalam Akses	32
2.1.6 Keputusan Pembelian	35
2.2 Hipotesis dan Pengembangan Model	38
2.3 Rangkuman Hipotesis dan Model Penelitian	38
2.4 Dimensi Konseptual Variabel	40
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.1.1 Variabel Penelitian	46
3.1.2 Definisi Operasional	48
3.2 Populasi dan Sampel	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sample	53
3.3 Jenis dan Sumber Data	54
3.4 Metode Pengumpulan Data	55
3.5 Metode Analisis Data	56
3.5.1 Analisis Angka Indeks	56
3.5.2 Uji Validitas	57
3.5.3 Uji Reliabilitas	58

3.5.4 Uji Asumsi Klasik	58
3.5.5 Uji Regresi.....	60
3.5.6 Uji Goodness of Fit.....	62
3.4.7 Uji Sobel	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Deskripsi Umum Responden	65
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	67
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jejaring Sosial yang Sering Digunakan.....	70
4.2 Analisis Indeks Jawaban Responden	71
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Kemenarikan Posting Message.....	73
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Daya Tanggap Pelayanan.....	76
4.2.3 Analisis Indeks Jawaban Kemudahan dalam Akses.....	79
4.2.4 Analisis Indeks Jawaban Sikap Konsumen	82
4.2.5 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian	85
4.3 Analisis Data	88
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	88
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	88
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	90
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasi.....	91

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas	91
4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas	94
4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	97
4.3.4 Hasil Uji Godness of Fit	101
4.3.4.1 Hasil Uji T	101
4.3.4.2 Hasil Uji F	104
4.3.4.3 Koefisien Determinasi	107
4.3.5 Hasil Uji Variabel Intervening (Uji Sobel)	108
4.4 Interpretasi Hasil	115
4.5 Hubungan Kausalitas Antar Variabel	121
BAB V PENUTUP	123
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Implikasi Manajerial	126
5.3 Keterbatasan	128
5.4 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	136