

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Tujuan Penelitian.....	3
Manfaat .....	4
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
Pemasaran .....	5
Media Sosial.....	7
Social Media Influencer .....	8
Sosis Daging .....	10
Keputusan Pembelian .....	11
<b>LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
Landasan Teori .....	13
Hipotesis.....	15
<b>MATERI DAN METODE</b> .....	<b>16</b>
Alur Penelitian .....	16

Materi Penelitian.....	19
Metode Penelitian.....	20
Distribusi Jawaban Responden .....	23
Uji Instrumen Data.....	24
Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
Karakteristik Responden .....	33
Peran Sosial Media Influencer.....	35
Peran <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Pada Mahasiswa Peternakan Universitas Gadjah Mada .....	48
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
Kesimpulan.....	55
Saran.....	55
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>57</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Variabel Independen Penelitian .....	22
2. Variabel Dependen Penelitian.....	22
3. Hasil uji validitas variabel <i>attention</i> .....	25
4. Hasil uji validitas variabel <i>interest</i> .....	26
5. Hasil uji validitas variabel <i>desire</i> .....	27
6. Hasil uji validitas variabel <i>action</i> .....	28
7. Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian .....	29
8. Hasil uji reliabilitas pada seluruh variabel .....	31
9. Data responden berdasarkan jenis kelamin .....	33
10. Data karakteristik penggunaan media sosial responden.....	34
11. Intensitas penggunaan sosial media .....	34
12. Hasil distribusi jawaban responden variabel <i>attention</i> .....	38
13. Hasil distribusi jawaban responden variabel <i>interest</i> .....	39
14. Hasil distribusi jawaban responden variabel <i>desire</i> .....	41
15. Hasil distribusi jawaban responden variabel <i>action</i> .....	43
16. Hasil distribusi jawaban responden variabel keputusan pembelian ...	45
17. Uji Analisis Regresi Linear Berganda pengaruh Peran Media Social Influencer terhadap Keputusan Pembelian .....	48

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Uji Heteroskedastisitas .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuisisioner .....	67
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas .....	72
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Lampiran 6. Hasil uji normalitas .....	81
Lampiran 7. Hasil uji multikolinearitas .....	82
Lampiran 8. Hasil uji heteroskedastisitas .....	82
Lampiran 9. Hasil analisis regresi linear berganda .....	82