

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Landasan Teori .....	20
G. Kerangka Konsep Penelitian.....	21
H. Hipotesis .....	22
<b>BAB II METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Rancangan Penelitian .....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
D. Teknik Pengambilan Data.....	24
E. Variabel Penelitian.....	25
F. Defisini Operasional Variabel .....	26
G. Instrument Penelitian.....	26
H. Uji Validitas Instrumen.....	36

I. Analisis Data.....	39
J. Etika Penelitian .....	40
K. Prosedur Jalannya Penelitian .....	41
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Karakteristik Sosiodemografi Responden .....	43
B. Gambaran Riwayat Pembelian Somethinc .....	46
C. Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
D. Uji Hipotesis .....	52
E. Keterbatasan Penelitian .....	55
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lima Tahapan Model Pembelian oleh Konsumen .....	17
Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian .....	21

## DAFTAR TABEL

Tabel I. Karakteristik Sosiodemografi Responden .....	27
Tabel II. Riwayat Pembelian Produk Kosmetik Somethinc .....	30
Tabel III. Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	31
Tabel IV. Variabel <i>Brand Image</i> .....	32
Tabel V. Variabel Keputusan Pembelian .....	34
Tabel VI. <i>Content Validity</i> Kuesioner .....	36
Tabel VII. <i>Construct Validity</i> Kuesioner .....	38
Tabel VIII. Uji Reliabilitas Kuesioner .....	39
Tabel IX. Gambaran Karakteristik Sosiodemografi Responden .....	43
Tabel X. Gambaran Riwayat Pembelian Produk Kosmetik Somethinc .....	46
Tabel XI. Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	48
Tabel XII. Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel <i>Brand Image</i> .....	49
Tabel XIII. Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel Keputusan pembelian .....	50
Tabel XIV. Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
Tabel XV. Hasil Uji Parsial .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar <i>Ethical Clearance</i> .....	65
Lampiran 2. Kuesioner.....	66
Lampiran 3. Hasil <i>Pearson Test</i> .....	72
Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	74