

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Hipotesis Penelitian.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Iklan Media Sosial.....	5
2.2 Kemasan Produk.....	8
2.3 Keputusan Pembelian .....	9
2.4 Kerangka Pemikiran .....	11
BAB III .....	12
METODOLOGI PENELITIAN.....	12
3.1 Desain Penelitian .....	12
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	12
3.3 Teknik pengumpulan data .....	13
3.4 Populasi dan Sampel .....	14
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	15
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	17
3.7 Teknik Analisis Data .....	18

BAB IV .....	23
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	23
4.1 Profil Responden .....	23
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	23
4.1.2 Usia Responden .....	24
4.1.3 Pekerjaan Responden.....	25
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	26
4.2.1 Uji Validitas .....	26
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	27
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	28
4.3.1 Uji Normalitas .....	28
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	29
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	30
4.4 Uji Determinasi Berganda .....	31
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	32
4.5.1 Uji T (Parsial).....	33
4.5.2 Uji F (Simultan).....	34
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	35
BAB V.....	37
KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran .....	38
DAFTAR PUSTAKA .....	39