

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian	20
D. Manfaat Penelitian	20
BAB II.....	22
TINJAUAN PUSTAKA.....	22
A. Konsep dan Teori.....	22
1. Manajemen	22
2. Manajemen Pemasaran.....	30
3. <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i>	34
4. <i>Social Media Marketing</i>	40

3. <i>Impulsive Buying</i>	50
B. Kajian Penelitian Terdahulu	56
C. Kerangka Berpikir.....	62
D. Hipotesis.....	70
BAB III.....	71
METODOLOGI PENELITIAN	71
A. Metode dan Pendekatan	71
B. Jenis dan Sumber Data	72
C. Populasi dan Sampel	73
D. Operasional Variabel	75
E. Teknik Pengumpulan Data	81
F. Teknik Analisis Data	83
1. Analisis Data Deskriptif.....	83
2. Uji Instrumen Data Penelitian	84
3. Uji Asumsi Klasik.....	86
4. Analisis Regresi Linear Berganda	88
5. Uji Hipotesis.....	89
6. Koefisien Determinasi.....	91
G. Tempat dan Jadwal Penelitian	92
1. Tempat Penelitian	92
2. Jadwal Penelitian	92
BAB IV	93
HASIL DAN PEMBAHASAN	93
A. Gambaran Umum Perusahaan	93
1. Sejarah Oclo.official	94

2. Struktur Organisasi Oclo.official.....	95
B. Analisis Data.....	95
1. Statistik Deskriptif	95
2. Karakteristik Responden Penelitian.....	97
3. Deskriptif Tanggapan Responden.....	103
4. Uji Instrumen Data Penelitian	112
5. Uji Asumsi Klasik	116
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	119
7. Uji Hipotesis.....	121
8. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	125
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	126
BAB V.....	134
PENUTUP.....	134
A. Kesimpulan.....	134
B. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137
A. Buku.....	137
B. Jurnal	138
C. Internet	140
LAMPIRAN.....	142