

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Kerangka Pemikiran	14
G. Hipotesis Penelitian	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	30
A. Manajemen	30
B. Manajemen Pemasaran	32
C. Iklan	36
1. Efektivitas Iklan.....	36
2. Tujuan Iklan	37
3. Fungsi dan Peran Iklan	38
D. Media Sosial	38
1. Pengertian Media Sosial	38
2. Karakteristik Media Sosial.....	39
3. Fungsi Media Sosial.....	40
E. Instagram	41
1. Pengertian Instagram	41

2. Manfaat Penggunaan Instagram.....	44
3. Dampak Penggunaan Instagram.....	45
F. Pelayanan	46
G. Keputusan Pembelian.....	49
1. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	49
2. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
A. Metode Penelitian	58
B. Populasi dan Sampel.....	59
1. Populasi.....	59
2. Sampel.....	59
C. Jenis Sumber Data.....	60
1. Jenis Data.....	60
2. Sumber Data	60
D. Variabel Penelitian	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
1. Interview (Wawancara).....	62
2. Kuisisioner (Angket)	63
3. Observasi.....	63
F. Analisis Data	63
1. Uji Validitas (<i>Validity</i>)	63
2. Uji Reliabilitas (Reliability).....	64
3. Uji Asumsi Klasik	64
4. Teknik Analisis Data	67
G. Tempat penelitian dan Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan.....	72
1. Sejarah Singkat Perusahaan	72
2. Visi dan Misi Perusahaan Nexus Division	73

3. Logo Nexus Division	74
4. Struktur Organisasi Perusahaan Nexus Division	74
B. Hasil Penelitian	75
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	75
2. Analisis Karakteristik Responden	76
C. Pengolahan Data Deskriptif	77
1. Tanggapan Responden Mengenai Efektivitas Iklan Instagram (X1)	77
2. Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan (X2).....	83
3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	91
D. Hasil Analisis Data.....	95
1. Uji Validitas	95
2. Uji Reliabilitas	97
3. Uji Asumsi Klasik	98
a. Uji Normalitas.....	98
b. Uji Multikolonieritas	100
c. Uji Heteroskedastisitas	101
d. Uji Autokorelasi.....	102
4. Uji Regresi Berganda.....	102
5. Uji Hipotesis.....	104
a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	104
b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	106
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	107
Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	107
E. Pembahasan	108
1. Pengaruh Efektivitas Iklan Instagram (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	108
2. Pengaruh Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	108
3. Pengaruh Efektivitas Iklan Instagram (X1) dan Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	109
BAB V KESIMPULAN	111

A. Kesimpulan	111
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

