

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH .....	13
1.3 PEMBatasan MASALAH .....	13
1.4 RUMUSAN MASALAH.....	14
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	14
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 KERANGKA TEORITIS.....	16
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	17
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.1.2 Promosi Sosial Media Instagram .....	20
2.1.2.1 Pengertian Promosi Sosial Media Instagram .....	20

2.1.2.2 Indikator Promosi Sosial Media Instagram .....	21
2.1.3 Inovasi Produk.....	22
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk .....	22
2.1.3.2 Indikator Inovasi Produk.....	23
2.2 PENELITIAN TERDAHULU .....	24
2.3 KERANGKA BERFIKIR.....	26
2.4 HIPOTESIS.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN .....	38
3.2 POPULASI DAN SAMPEL .....	38
3.2.1 Populasi .....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	31
3.3.1 Variabel Penelitian.....	31
3.3.2 Definisi Operasional.....	31
3.3.2.1 Promosi Sosial Media Instagram.....	31
3.3.2.2 Inovasi Produk .....	32
3.3.2.3 Keputusan Pembelian .....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5 Skala Pengukuran .....	35
3.6 UJI INSTRUMEN PENELITIAN .....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	37

37 Teknik Analisis Data .....	37
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.1.1 Uji Normalitas .....	38
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.....	38
3.7.1.3 Uji Heterokedasitas.....	39
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
3.7.3 Uji Hipotesis .....	40
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji-t).....	41
3.7.3.2 Uji Simultan (Uji-f) .....	42
3.7.3.3 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	
4.1 HASIL PENELITIAN.....	44
4.1.1 Profil Peternakan Ath Thufail Farm.....	44
4.1.2 Identifikasi Responden .....	45
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian .....	46
4.1.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	46
4.1.3.1.1 Variabel Promosi Sosial Media Instagram (X1) .....	46
4.1.3.1.2 Variabel Inovasi Produk (X2) .....	48
4.1.3.1.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
4.1.4.1 Variabel Promosi Sosial Media Instagram (X1) .....	51

4.1.4.2 Variabel Inovasi Produk (X2) .....	54
4.1.4.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.1.5 Asumsi Klasik .....	57
4.1.5.1 Normalitas.....	57
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas .....	60
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	61
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.1.7 Uji Hipotesis .....	63
4.1.7.1 Uji t (Regresi Parsial) .....	63
4.1.7.2 Uji F (Simultan) .....	63
4.1.7.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	64
4.2 Pembahasan .....	66
4.2.1 Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	67
4.2.3 Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	69
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 <b>73</b>