

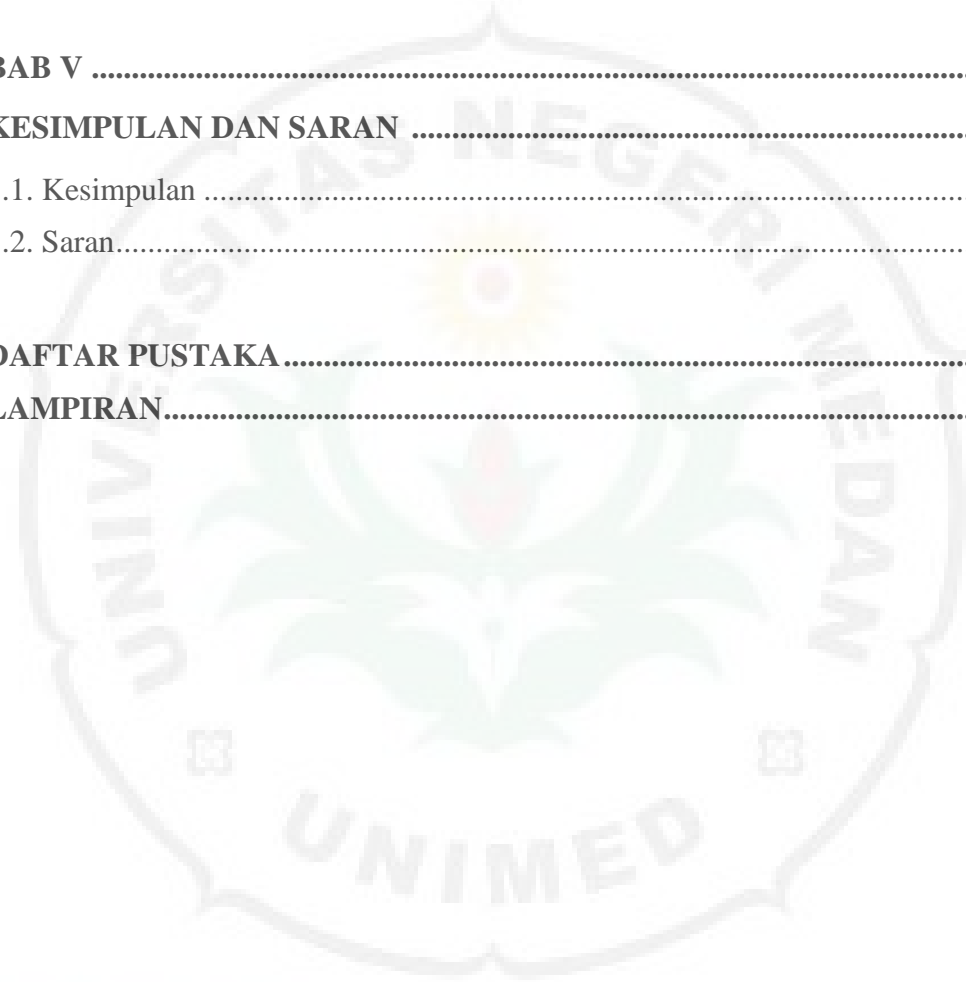
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	13
1.3. Batasan Masalah .....	13
1.4. Rumusan Masalah .....	13
1.5. Tujuan Penelitian .....	14
1.6. Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1. Kerangka Teori .....	16
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.2. Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian .....	18
2.1.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	20
2.1.1.4. Indikator Keputusan Pembelian .....	23
2.1.2. <i>Social Media</i> .....	24
2.1.2.1. Pengertian <i>Social Media</i> .....	24
2.1.2.2. Karakteristik <i>Social Media</i> .....	26
2.1.2.3. <i>Social Media</i> dan Marketing Bisnis .....	27
2.1.2.4. Indikator <i>Social Media</i> .....	30

2.1.3. <i>Brand Image</i> .....	31
2.1.3.1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	31
2.1.3.2. Manfaat <i>Brand Image</i> .....	33
2.1.3.3. Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	34
2.1.3.4. Aspek-Aspek <i>Brand Image</i> .....	35
2.1.3.5. Indikator <i>Brand Image</i> .....	37
2.2. Penelitian Terdahulu .....	37
2.3. Kerangka Berpikir.....	45
2.3.1. Pengaruh <i>Social Media</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
2.3.3. Pengaruh <i>Social Media</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
2.4. Hipotesis.....	48
<b>BAB III .....</b>	<b>49</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1. Lokasi Penelitian.....	49
3.2. Populasi dan Sampel .....	49
3.2.1. Populasi.....	49
3.2.2. Sampel.....	50
3.3. Definisi Operasional .....	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5. Instrumen Penelitian .....	53
3.5.1. Validitas .....	54
3.5.2. Reliabilitas .....	55
3.6. Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1. Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.1.1. Uji Normalitas .....	56
3.6.1.2. Uji Multikolinearitas .....	56
3.6.1.3. Uji Heterokedastisitas .....	56
3.6.2. Regresi Linear Berganda.....	57
3.7. Uji Hipotesis .....	57
3.7.1. Uji Signifikan Parsial (Uji-T) .....	57

3.7.2. Uji Signifikan Simultan (Uji-F) .....	58
3.7.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
<b>BAB IV .....</b>	<b>60</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	60
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1.1. Sejarah Singkat <i>Azarine Cosmetics</i> .....	60
4.1.1.2. Visi dan Misi <i>Azarine Cosmetics</i> .....	61
4.1.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	62
4.1.3. Karakteristik Responden Penelitian .....	62
4.1.3.1. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.1.3.2. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Tahun Angkatan .....	63
4.1.3.3. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	64
4.1.3.4. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Banyaknya Pembelian .....	64
4.1.3.5. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Sumber Informasi .....	65
4.1.4. Uji Kualitas Instrumen .....	66
4.1.4.1. Uji Validitas .....	66
4.1.4.2. Uji Reliabilitas .....	69
4.1.5. Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.5.1. Uji Normalitas.....	71
4.1.5.2. Uji Multikoleniaritas .....	73
4.1.5.3. Uji Heterokedastisitas .....	74
4.1.6. Teknik Analisis Data.....	75
4.1.6.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	75
4.1.7. Uji Hipotesis .....	76
4.1.7.1. Uji T (Uji Parsial) .....	76
4.1.7.2. Uji F (Uji Simultan) .....	77
4.1.7.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	78
4.2. Pembahasan.....	79
4.2.1. Pengaruh <i>Social Media</i> ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	80

4.2.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X <sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	81
4.2.3. Pengaruh <i>Social Media</i> (X <sub>1</sub> ) dan <i>Brand Image</i> (X <sub>2</sub> ) .....	83
<b>BAB V .....</b>	<b>85</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1. Kesimpulan .....	85
5.2. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>



THE  
*Character Building*  
 UNIVERSITY