

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kerangka Teoritis	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Promosi Sosial Media.....	13
2.1.3 Kebersihan.....	23
2.2 Penelitian Relevan	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
2.3.1 Pengaruh promosi sosial media terhadap keputusan pembelian	26
2.3.2 Pengaruh kebersihan terhadap keputusan pembelian	27
2.3 Hipotesis	28
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Lokasi dan waktu penelitian	30
3.2 Populasi dan sampel.....	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	30
3.3 Variabel penelitian dan definisi operasional.....	31
3.3.1 Variabel penelitian.....	31
3.3.2 Defenisi Operasional	31
3.4 Teknik Pengumpulan data	33
3.5 Uji Instrumen Penelitian	36

3.5.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2 Uji Realibilitas	37
3.6 Teknik analisa data	38
3.6.1 Metode Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.1 Uji Normalitas	40
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.3 Uji Multikolineritas	41
3.8 Pengujian Hipotesis	41
3.8.1 Uji Signifikan Simultan (Uji-f)	41
3.8.2 Uji Signifikan Parsial (Uji - t)	42
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2 Visi Misi Kafe Kopi Sadis.....	45
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.2 Identifikasi Responden	46
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas	47
4.3.1 Variabel Promosi Sosial Media (X1)	47
4.3.2 Variabel Kebersihan (X2).....	48
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.4 Teknik Analisis Data	51
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	51
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.4.3 Uji Hipotesis.....	58
4.5 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
KUISIONER PENELITIAN	69

