

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Kerangka Teoritis.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Media Sosial Instagram.....	18
2.1.3 Keberagaman Produk.....	24
2.2 Penelitian Relevan.....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.1.2 Sampel.....	36
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
3.3.1 Variabel Penelitian.....	37
3.3.2 Definisi Operasional.....	38
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4.1 Jenis Data.....	39
3.4.2 Sumber Data.....	39

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	56
3.6.1	Uji Validitas.....	56
3.6.2	Uji Reabilitas .....	57
3.7	Teknis Analisa Data.....	58
3.7.1	Uji Asumsi Klasik .....	59
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
3.8.1	Uji Hipotesis .....	61
<b>BAB IV HASUL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>64</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	64
4.1.1	Gambaran Umum Cafe Anaugölö Kofi.....	64
4.1.2	Visi dan Misi Cafe Anaugölö Kofi Medan.....	65
4.1.3	Struktur Organisasi Cafe Anaugölö Kofi Medan.....	66
4.2	Pembahasan Penelitian .....	66
4.2.1	Identifikasi Responden .....	66
4.3	Uji Instrumen Penelitian .....	69
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	69
4.4	Teknik Analisis Data .....	73
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.2	Uji Regresi Linear Berganda .....	79
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	81
4.5.1	Uji t (Parsial).....	81
4.5.2	Uji f (Simultan).....	82
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	83
4.6	Hasil dan Pembahasan .....	84
4.6.1	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cafe Anaugölö Kofi Medan .....	84
4.6.2	Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cafe Anaugölö Kofi Medan .....	85
4.6.3	Pengaruh Media Sosial Instagram dan Keberagaman Produk	

Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cafe Anaugölo

Kofi Medan.....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>

