

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR SKRIPSI TELAH DIPERTAHANKAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1. Kegunaan Teoritis	5
1.4.2. Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS	7
2.1. Kajian Pustaka.....	7
2.1.1. Minat Beli	7
2.1.2. Media Sosial.....	9
2.1.3. Gaya Hidup	10
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan	13
2.3. Kerangka Konseptual.....	17
2.4. Hipotesis Penelitian	17
BAB III PROSEDUR PENELITIAN.....	20
3.1. Metode Penelitian	20
3.2. Variabel Penelitian.....	20
3.2.1. Definisi Operasional.....	20

3.2.2.	Operasionalisasi Variabel.....	21
3.3.	Desain Penelitian	22
3.4.	Populasi dan Sampel.....	22
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	23
3.6.	Instrumen Penelitian	23
3.6.1	Kisi-kisi Instrumen	23
3.6.2	Pedoman Penskoran Kuesioner	24
3.6.3	Uji Instrumen	24
3.7.	Teknik Analisis Data	26
3.7.1.	Uji Prasarat Analisis.....	26
3.7.2.	Analisis Statistik	28
3.7.3.	Uji Hipotesis	30
3.8	Langkah-langkah Penelitian	30
3.9	Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	33
4.2	Hasil Penghitungan Nilai Jenjang Interval.....	33
4.2.1	Minat Beli.....	34
4.2.2	Media Sosial.....	35
4.2.3	Gaya Hidup.....	37
4.3	Analisis Data	39
4.3.1	Uji Prasyarat Analisis	39
4.3.2	Analisis Statistik	42
4.3.3	Uji Hipotesis	44
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
4.4.1	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Beli	46
4.4.2	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli.....	49
4.4.3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		56
5.1	Simpulan.....	56

5.2	Saran ..	56
	DAFTAR PUSTAKA ..	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra-Penelitian Survey Harga Sewa Kost	2
Tabel 1.2	Hasil Pra-Penelitian Survey Uang Saku Per Bulan.....	3
Tabel 1.3	Hasil Pra-Penelitian Kuesioner	4
Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan	13
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	21
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Instrumen.....	23
Tabel 3.3	Penilaian Jawaban Responden	24
Tabel 3.4	Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen	21
Tabel 3.5	Kategori Reliabilitas	23
Tabel 3.6	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	24
Tabel 3.7	Ringkasan Uji Homogenitas	26
Tabel 3.8	Waktu Penelitian	31
Tabel 4.1	Kriteria NJI Minat Beli	34
Tabel 4.1	Kriteria NJI Media Sosial	36
Tabel 4.3	Kriteria NJI Gaya Hidup	38
Tabel 4.4	Ringkasan Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.5	Ringkasan Hasil Uji Linieritas	40
Tabel 4.6	Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4.7	Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4.8	Ringkasan Hasil Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.10	Hasil Uji Parsial (Uji t)	44
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (Uji f)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Consumer Decision Model</i>	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	18
Bagan 3.1 Bagan Alur Langkah – Langkah Penelitian	29