

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II .....	10
KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1 Teori Pendukung .....	10
2.1.1 Niat Beli (Y) .....	11
2.1.2 Media Sosial (X1) .....	13
2.1.3 Selebriti Pendukung (X2) .....	16
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	19
2.2.1 Media Sosial dan Niat Beli .....	19
2.2.2 Selebriti Pendukung dan Niat Beli .....	20
2.2.3 Media Sosial dan Selebriti pendukung dengan Niat Beli .....	22
2.2.4 Hipotesis .....	25
BAB III .....	26
METODE PENELITIAN .....	26
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
3.1.1 Waktu Penelitian .....	26

3.1.2 Tempat Penelitian .....	26
3.2 Desain Penelitian .....	26
3.3 Populasi dan Sampel .....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel .....	26
3.4 Pengembangan Instrumen .....	27
3.4.1 Niat Beli (Y) .....	27
3.4.2 Media Sosial (X1).....	29
3.4.3 Selebriti Pendukung (X2) .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6 Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1 Uji Validitas .....	32
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.4 Uji Regresi Berganda.....	33
3.6.5 Uji Hipotesis .....	34
<b>BAB IV .....</b>	<b>36</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Deskripsi Data .....	36
4.1.1 Profil Responden.....	36
4.1.2 Profil Data.....	38
4.2 Hasil Analisis Data .....	41
4.2.1 Uji Validitas .....	41
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	43
4.2.3 Uji Normalitas.....	44
4.2.4 Uji Linearitas .....	45
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.6 Uji Regresi Berganda.....	48
4.2.7 Uji Hipotesis .....	49
4.3 Pembahasan .....	52
4.3.1 Pengaruh Media Sosial akan Berpengaruh terhadap Niat Beli.....	52
4.3.2 Pengaruh Selebriti Pendukung akan Berpengaruh terhadap Niat Beli .	52

4.3.3 Pengaruh Media Sosial dan Selebriti Pendukung akan Berpengaruh terhadap Niat Beli .....	53
BAB V.....	55
PENUTUP.....	55
3.6 Kesimpulan.....	55
3.7 Implikasi .....	55
3.7.3 Implikasi Teoritis .....	55
3.7.4 Implikasi Praktis .....	56
3.8 Keterbatasan Penelitian .....	56
3.9 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN.....	64
RIWAYAT HIDUP.....	82

