

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Promosi.....	8
2.2 Iklan (Advertising)	8
2.2.1 Jenis – Jenis Iklan.....	9
2.2.2 Indikator Iklan	10
2.3 Instagram Ads	11

2.4	<i>Endorser</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5	Keputusan Pembelian	14
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.5.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	14
2.5.3	Indikator - Indikator Keputusan Pembelian	15
2.6	Penelitian Terdahulu	16
2.7	Kerangka Pikir	18
2.8	Hipotesis	18
2.8.1	Pengaruh Instagram <i>Ads</i> Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.8.2	Pengaruh <i>Endorse</i> Terhadap Minat Beli	19
2.8.3	Pengaruh Instagram <i>Ads</i> dan <i>Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian	19
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Sumber Data	20
3.3	Metode Pengumpulan Data	20
3.4	Populasi dan Sampel	21
3.4.1	Populasi	21
3.4.2	Sampel	21
3.5	Variabel Penelitian	22
3.5.1	Variabel Independen	22
3.5.2	Variabel Dependen	22
3.6	Definisi Operasional Variabel	23
3.7	Pengujian Persyaratan Instrumen	25
3.7.1	Uji Validitas	25
3.7.2	Uji Reliabilitas	26

3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	26
3.8.2	Uji Normalitas	26
3.8.3	Uji Multikolinearitas	27
3.8.4	Uji Heteroskedastisitas	27
3.8.5	Metode Analisis Data	28
3.9	Pengujian Hipotesis	28
3.9.1	Uji t.....	28
3.9.2	Uji F.....	29
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Deskripsi Data	31
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden	31
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	32
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrument	36
4.2.1	Uji Validitas	36
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	38
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	39
4.3.1	Uji Normalitas	39
4.3.2	Uji Multikolineritas	40
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	40
4.4	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	42
4.5.1	Hasil Uji t	42
4.5.2	Hasil Uji F.....	44
4.5.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44

4.6	Pembahasan	45
4.6.1	Pengaruh <i>Instagram Ads</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian	45
4.6.2	Pengaruh <i>Endorse</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian	45
4.6.3	Pengaruh <i>Instagram Ads</i> (X1) dan <i>Endorse</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	46
BAB V PENUTUP		47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN		52