

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>INTISARI</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek .....	8
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12

2.1.1 <i>Social Media Marketing</i> TikTok.....	12
2.1.2 Potongan Harga Shopee.....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Sumber Data .....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel .....	26
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1 Variabel Penelitian Independen .....	28
3.5.2 Variabel Penelitian Dependen .....	28
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7 Uji Persyaratan Instrumen .....	31
3.7.1 Uji Validasi.....	31
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	32
3.8.1 Uji Normalitas Sampel.....	32
3.8.2 Uji Linieritas .....	32
3.8.3 Uji Multikolinieritas .....	33
3.9 Metode Analisis Data .....	33
3.9.1 Regresi Linier Berganda .....	33
3.10 Pengujian Hipotesis .....	34
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t) .....	34
3.10.2 Uji Simultan (Uji-f) .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Deskripsi Data .....	36

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	36
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	42
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	45
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	45
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	48
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	48
4.3.2 Hasil Uji Linieritas.....	49
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	50
4.4 Hasil Analisis Data .....	50
4.4.1 Regresi Linier Berganda .....	50
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	52
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	53
4.5 Pembahasan .....	54
4.5.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> TikTok terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.5.2 Pengaruh Potongan Harga Shopee terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.5.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> TikTok dan Potongan Harga Shopee terhadap Keputusan Pembelian.....	55
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Saran .....	58
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>