

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1 Consumer Behavior .....	8
2.2 Media Sosial .....	9
2.2.1 Aktivitas Media Sosial .....	10
2.3 Promosi .....	12
2.4 Keputusan Pembelian .....	15
2.5 Luxury Brand .....	17
2.5.1 Dasar dari Luxury .....	17
2.5.2 Definisi Konsep Luxury .....	17
2.5.3 Karakteristik Utama dari Luxury .....	17
2.5.4 Evolusi Luxury Brand .....	18
2.5.5 Dilema Utama dan Kemungkinan Solusinya .....	18

2.6	<i>Luxury</i> Customer pada Voila.Id .....	19
2.7	Penelitian Terdahulu .....	20
2.8	Kerangka Konseptual.....	22
2.9	Pembangunan Hipotesis.....	23
<b>BAB III .....</b>		<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>25</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Sumber Data .....	25
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.1	Angket atau Kuisisioner .....	25
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi .....	26
3.4.2	Sampel .....	27
3.5	Variabel Penelitian .....	28
3.5.1	Variabel Independen .....	28
3.5.2	Variabel Dependen.....	28
3.6	Definisi Oprasional Variabel.....	29
3.7	Uji Instrumen .....	30
3.7.1	Uji Validitas .....	30
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data .....	32
3.8.1	Uji Normalitas .....	32
3.8.2	Uji Linearitas .....	32
3.8.3	Uji multikolinearitas .....	33
3.9	Analisis Data.....	33
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
3.10	Pengujian Hipotesis .....	34
3.10.1	Uji t.....	34
<b>BAB IV .....</b>		<b>36</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	36
4.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	36

4.2.1	Karakteristik Responden .....	36
4.3	Hasil Uji Instrument.....	40
4.3.1	Uji Validitas .....	40
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	41
4.4	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	42
4.4.1	Uji Normalitas .....	42
4.4.2	Uji Linearitas .....	43
4.4.3	Uji Multikolinearitas .....	44
4.5	Hasil Analisis Data.....	45
4.5.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	46
4.6.1	Hasil Uji t .....	46
4.7	Pembahasan .....	47
4.7.1	Pengaruh Aktivitas Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	47
4.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
<b>BAB V</b>	.....	<b>49</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>49</b>
5.1	Kesimpulan .....	49
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	49
5.3	Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN I</b>	.....	<b>58</b>
<b>KUISIONER PENELITIAN</b>	.....	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN II</b>	.....	<b>64</b>
<b>DATA EXCEL KUISIONER PENELITIAN</b>	.....	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN III</b>	.....	<b>65</b>
<b>HASIL OLAH DATA DI SPSS</b>	.....	<b>65</b>