

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR DIAGRAM-GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.5 Batasan Penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Media Sosial.....	23
2.1.1 Grand Theory Media Sosial	23
2.1.2 Middle Range Theory Media Sosial.....	24
2.1.3 Applicated Theory Media Sosial.....	28
2.1.4 Macam-Macam Media Sosial.....	31
2.1.5 Indikator Media Sosial	33
2.2 Brand Awareness.....	34
2.2.1 Grand Theory Brand Awareness	34

2.2.2	Middle Range Theory Brand Awareness	36
2.2.3	Applicated Theory Brand Awareness	37
2.2.4	Fungsi Brand Awareness.....	38
2.3	Tujuan Brand Awareness	39
2.4	Keputusan Konsumen	41
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	41
2.4.2	Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	41
2.4.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	42
2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	46
2.4	Media Online.....	47
2.5	Matriks Penelitian sebelumnya	50
2.6	Kerangka Konseptual	54
2.7	Hipotesis Penelitian.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		60
3.1	Jenis Penelitian.....	60
3.2	Sumber Data.....	61
3.2.1	Data Primer	61
3.2.2	Data Skunder.....	61
3.3	Metode Pengumpulan Data	61
3.4	Populasi dan Sampel	62
3.4.1	Populasi.....	62
3.4.2	Sampel.....	64
3.5	Variabel Penelitian	64
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	65
3.7	Uji Persyaratan Instrumen Data	68
3.7.1	Uji Validitas	68
3.7.2	Uji Reliabilitas	69
3.8	Uji Analisis Persyaratan Data	70
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	70

3.8.2	Uji Normalitas	72
3.9	Uji Analisis Data	73
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
3.10	Pengujian Hipotesis.....	73
3.10.1	Uji t	73
3.10.2	Uji F	74
3.10.3	Koefisien Determinasi.....	75
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1	Deskripsi Data	76
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden	76
4.4.1	Rekapitulasi Jawaban Responden	78
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen Data	89
4.2.1	Hasil Uji Validitas	89
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	92
4.3.	Hasil Uji Analisis Persyaratan Data	94
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
4.3.2	Hasil Uji Normalitas.....	97
4.4	Hasil Uji Analisis Data.....	98
4.4.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	98
4.5	Hasil Uji Hipotesis	99
4.5.1	Hasil Uji t	99
4.5.2	Hasil Uji F	99
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	100
4.6	Pembahasan	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 105

5.1 Kesimpulan 105

5.2 Saran..... 106

5.2.1 Saran Bagi Pelaku Usaha Media Online 106

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya 107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Koran Surat Kabar Harian Nasional Legendaris.....	3
Tabel 1.2 Koran Surat Kabar Harian (Cetak) Berpengaruh di Lampung Hingga 2021	11
Tabel 1.3 Data Media <i>Online</i> Lampung Yang Terdaftar di Dewan Pers.....	12
Tabel 1.4 Peringkat Alexa.com Media <i>Online</i> Lampung Q1-2021	13
Tabel 1.5 Peringkat Alexa.com Media <i>Online</i> Lampung Q2-2021	14
Tabel 1.6 Peringkat Alexa.com Media <i>Online</i> Lampung Q3-2021	14
Tabel 1.7 Peringkat Alexa.com Media <i>Online</i> Lampung Q4-2021	15
Tabel 1.8 Data Ketersediaan Jaringan Internet di Lampung tiap Desa – Kelurahan tahun 2021	20
Tabel 1.9 Data Junlah Range Usia Produktif di Lampung Tahun 2021	20
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Instrumen Kuisioner.....	62
Tabel 3.2 Tabel 3.2 Data Penduduk Kota Bandarlampung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 3.3 Operasional Variabel	66
Tabel 3.4 Interpretasi nilai r	70
Tabel 4.1 Profil Responden.....	77
Tabel 4.2 Hasil Jawaban Variabel X1 Dari Responden.....	79
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Variabel X2 Dari Responden.....	82
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Variabel Y Dari Responden.....	86
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel x1	90
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel x2	91
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	92
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Independen (X1&X2) dan Variabel Dependen (Y)	93
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Independen	94
Tabel 4.10 Hasil Uji Auto Korelasi	95
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Independen.....	96
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	97
Tabel 4.13. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	98

Tabel 4.14. Hasil Uji t Variabel x1 - x2 dan Variabel Y	99
Tabel 4.15. Hasil Uji F Variabel x1 - x2 dan Variabel Y	100
Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR DIAGRAM – GAMBAR

Diagram 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia	1
Diagram 1.2 data Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia	18
Diagram 2.1 Tingkatan dari Brand Awareness (Durianto, Sugiarto Sitinjak:2004)	36
Diagram 2.2 Kerangka Konseptual	55
Diagram 2.3 Kerangka Pemikiran	56
Diagram 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Diagram 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	97