

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	1
1.1.1 PROFIL <i>FACEBOOK</i>	1
1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.3 PERUMUSAN MASALAH	10
1.4 PERTANYAAN PENELITIAN	11
1.5 TUJUAN PENELITIAN	11
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	12
1.7 RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	12
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN	15

2.1.1 RANGKUMAN TEORI.....	15
2.1.1.1 PEMASARAN	15
2.1.1.2 <i>MARKETING MIX</i> (BAURAN PEMASARAN)	15
2.1.1.3 PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN	18
2.1.1.4 KEPUTUSAN PEMBELIAN	19
2.1.2 PENELITIAN TERDAHULU	20
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	24
2.3 HIPOTESIS	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
3.1 JENIS PENELITIAN	29
3.2 ALAT PENGUMPUL DATA	30
3.2.1 KUISONER	30
3.2.2 SKALA PENGUKURAN.....	30
3.3 TAHAPAN PELAKSANAAN PENELITIAN.....	35
3.4 POPULASI DAN SAMPEL	37
3.4.1 POPULASI.....	37
3.4.2 SAMPEL	37
3.5 PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA	39
3.5.1 STRATEGI PENGAMATAN LANGSUNG	39
3.5.2 STRATEGI ARSIP	39
3.6 VALIDITASI DAN RELIABILITAS	41
3.6.1 RELIABILITAS.....	41

3.6.2 VALIDITAS	42
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	46
3.7.1 KOLERASI PRODUCT MOMENT	46
3.7.2 UJI ASUMSI KLASIK	46
3.7.2.1 UJI MULTIKOLINIERITAS	47
3.7.2.2 UJI NORMALITAS DATA	47
3.7.2.3 HETEROSKEDASTISITAS	47
3.7.3 UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI STATISTIK F)	48
3.7.4 UJI SIGNIFIKANSI PARAMETER INDIVIDUAL (UJI STATISTIK T)	48
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	49
4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	49
4.1.1 MENGGUNAKAN <i>FACEBOOK</i>	49
4.1.2 PERNAH ATAU TIDAK MEMBELI SECARA ONLINE DI <i>fjb FACEBOOK</i>	50
4.1.3 BERDASARKAN JENIS KELAMIN	50
4.1.4 BERDASARKAN USIA	51
4.1.5 BERDASARKAN PENDIDIKAN YANG DIPEROLEH TERAKHIR	52
4.1.6 BERDASARKAN PEKERJAAN	53
4.1.7 BERDASARKAN PENDAPATAN ATAU UANG SAKU SETIAP BULAN	54
4.2 HASIL PENELITIAN	54
4.2.1 ANALISIS KOLERASI PRODUCT MOMENT	54
4.2.2 UJI ASUMSI KLASIK	56

4.2.2.1 UJI MULTIKOLINIEARITAS.....	56
4.2.2.2 UJI NORMALITAS DATA.....	57
4.2.2.3 UJI MULTIKOLINEARITAS	57
4.2.3 UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI STATISTIK F)	59
4.2.4 UJI SIGNIFIKANSI PARAMETER INDIVIDUAL (UJI STATISTIK T) ..	67
4.3 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	69
4.3.1 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS UJI F	69
4.3.2 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS UJI T	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 KESIMPULAN	76
5.2 SARAN	77
5.2.1 SARAN UNTUK PENJUAL PADA FJB	77
5.2.2 SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83