

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
Halaman Persetujuan	3
Halaman Pernyataan	4
Halaman Abstrak	7-8
Kata Pengantar	5-6
Daftar Isi	9-12
Daftar Tabel	13
Daftar Gambar	14
Daftar Lampiran	15
BAB I PENDAHULUAN	16-28
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	15
1.2 Latar Belakang Penelitian	18
1.3 Identifikasi Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.5 Kegunaan Penelitian.....	24
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	24
1.5.2 Kegunaan Praktis	24-25
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1 Penelitian Terdahulu.....	29-33
2.2 Tinjauan Pustaka	29
2.1.1 Teori Komunikasi Interpersonal	33-35
2.1.1.1 Tujuan Komunikasi.....	36
2.1.1.2 Aspek Komunikasi Interpersonal.....	36-37

2.1.2 Motivasi Hedonis	37-38
2.1.2.1 Gaya Hidup Hedonis 38 - 40	
2.1.2.2 Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonis	40-41
2.1.2.3 Dimensi Motivasi Hedonis	41-42
2.1.3 Motivasi Sosial	42-43
2.1.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Sosial	43-44
2.1.2.2 Dimensi Motivasi Sosial 44 - 45	
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	45-47
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	47-48
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian	48-49
2.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian	49-50
2.3 Kerangka Pemikiran	51-52
2.4 Hipotesis	52

BAB III. METODE PENELITIAN..... 53

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	53
3.2 Lokasi, Objek dan Subjek Penelitian	53
3.3 Populasi dan Sampel.....	53-54
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5 Metode Pengukuran Data.....	55
3.6 Operasional Variabel Penelitian	55-57
3.7 Metode Analisis dan Pengujian Data.....	57
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	58
3.6.1.1 Uji Validitas	58-59
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	59-60
3.6.2 Analisis Deskriptif	60-61
3.6.3 Analisis Koefisien Jalur	62-63
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi	63-64
3.6.5 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	64

3.6.6 Pengaruh Langsung Tidak Langsung dan Pengaruh Total	64-65
3.6.7 Uji Hipotesis	65-66
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	67
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68-69
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70-71
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	71
4.2.1 Uji Validitas	71
4.2.2 Uji Reliabilitas	73-74
4.3 Analisis Deskriptif	74
4.3.1 Motivasi Hedonistik.....	75-76
4.3.2 Motivasi Sosial	77-78
4.3.3 Keputusan Pembelian	78-81
4.4 Analisis Jalur.....	81
4.4.1 Pengujian Asumsi	81-84
1. Normalitas.....	81-83
2. Uji Heteroskedastisitas	83-84
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi	84-85
4.4.3 Analisis Koefisien Jalur	86-87
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	87-88
4.4.5 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	88-89
4.4.6 Uji Hipotesis	89-91
1. Uji Parsial (p-test).....	89-91
2. Uji Simultan (F-test)	92-93
4.5 Pembahasan	93-98
4.5.1 Gambaran Motivasi Hedonistik, Motivasi Sosial Dan Keputusan Pembelian Menurut Konsumen yang Bermain PUBG Mobile di Kota Bandung.....	93-96

4.5.2 Pengaruh Motivasi Hedonistik Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen yang Bermain PUBG Mobile di Kota Bandung	96-97
4.5.3 Pengaruh Motivasi sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen yang Bermain PUBG Mobile di Kota Bandung	97
4.5.4 Pengaruh Motivasi hedonistik dan Motivasi sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen yang Bermain PUBG Mobile di Kota Bandung	97-98
BAB V. PENUTUP	99-101
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100-101
Daftar Pustaka.....	102
DAFTAR PUSTAKA	102-104
LAMPIRAN.....	105-108