

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II.....	13
KERANGKA TEORITIS	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Harga.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	18
2.1.3 Personal Branding.....	25
2.1.4 Promosi	29
2.1.5 Minat Beli	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis	46
BAB III	48
METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Metode Penelitian.....	48
3.2 Operasional Variabel	48
3.2.1 Variabel Bebas (Independen Variable).....	49
3.2.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)	51
3.3 Populasi dan Sampel	52
3.3.1 Populasi.....	52

3.3.2 Sampel	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Instrumen Penelitian	55
3.6 Uji Persyaratan Analisis	60
3.6.1 Uji Asumsi dasar	60
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	61
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	62
3.7.2 Analisis Pengujian Hipotesis	63
3.8 Tempat dan Jadwal Penelitian	67
BAB IV	69
4.1 Uji Validitas	69
4.2 Uji Reliabilitas	72
4.3 Uji Persyaratan Analisi	73
4.3.1 Uji Asumsi Dasar	73
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	76
4.4 Teknik Analisis Data	78
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	78
4.4.2 Uji Hipotesis	81
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Akun Media Sosial Instagram	95
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Akun Media Sosial Instagram	96
4.5.3 Pengaruh <i>Personal branding</i> Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Akun Media Sosial Instagram	98
4.5.4 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Akun Media Sosial Instagram	99
BAB V	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel Harga (X1)	49
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kualitas Produk (X2)	50
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>Personal branding</i> (X3).....	50
Tabel 3.4 Operasional Variabel Promosi (X4).....	51
Tabel 3.5 Operasional Variabel Minat beli (Y)	52
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen untuk mengukur Pengaruh Harga, Kualitas Produk, <i>Personal branding</i> dan Promosi Terhadap Minat Beli	55
Tabel 3.7 Waktu Penelitian.....	68
Tabel 4.1 Uji Validitas Harga (X1)	69
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	70
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Personal Branding(X3)	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Promosi (X4)	71
Tabel 4.5 Uji Validitas Minat Beli (Y)	72
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas X1.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas X2.....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas X3.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas X4.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.15 Karakteristik Responden Angkatan	79

Tabel 4.16 Statistik Deskripsi Variabel Harga.....	79
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	80
Tabel 4.18 Statistik Deskripsi Variabel <i>Personal Branding</i>	80
Tabel 4.19 Statistik Deskripsi Variabel Promosi	80
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	81
Tabel 4.21 Koefisien Korelasi Sederhana X1 Terhadap Y	81
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi X1 Terhadap	82
Tabel 4.23 Hasil Regresi Linier Sederhana X1 Terhadap Y	82
Tabel 4.24 Hasil Uji Parsial X1 Terhadap Y	83
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi Sederhana X2 Terhadap Y	84
Tabel 4.26 Koefisien Determinasi X2 Terhadap Y.....	85
Tabel 4.27 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana X2 Terhadap Y.....	85
Tabel 4.28 Hasil Uji Parsial X2 Terhadap Y	86
Tabel 4.29 Koefisien Korelasi Sederhana X3 Terhadap Y	87
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi Terhadap Y	87
Tabel 4.31 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana X3 Terhadap Y.....	88
Tabel 4.32 Hasil Uji Parsial X3 Terhadap Y	88
Tabel 4.33 Koefisien Korelasi Sederhana X4 Terhadap Y	89
Tabel 4.34 Koefisien Determinasi X4 Terhadap Y.....	90
Tabel 4.35 Hasil Analisis Linier Sederhana X4 Terhadap Y.....	90
Tabel 4.36 Hasil Uji Parsial X4 Terhadap Y	91
Tabel 3.37 Koefisien Korelasi Berganda X1,X2,X3,X4 Terhadap Y	92
Tabel 3.38 Koefisien Determinasi X1,X2,X3,X4 Terhadap Y	92
Tabel 3.39 Hasil Analisis Linier Berganda X1,X2,X3,X4 Terhadap Y.....	93
Tabel 3.40 Hasil Uji Simultan X1,X2,X3,X4 terhadap Y	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial paling banyak digunakan	2
Gambar 1.2 Studi Pendahuluan Presentase Jumlah Pengguna Instagram.....	6
Gambar 1.3 Studi Pendahuluan Faktor- Faktor yang mempengaruhi minat beli	7