

DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
CURRICULUM VITAE	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian	6
1.4.2. Manfaat Penelitian	6
1.5. Asumsi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Media Sosial	8
2.1.1. Pengertian Media Sosial.....	8
2.1.2. Manfaat Media Sosial	9
2.1.6. Indikator Media Sosial	10
2.2. Kepercayaan Pengguna	13
2.2.1. Pengertian Kepercayaan Pengguna	13
2.2.2. Manfaat Kepercayaan Pengguna	16
2.2.4. Indikator Kepercayaan Pengguna	17
2.3. Kepuasan Pengguna	18
2.3.1. Pengertian Kepuasan Pengguna	18
2.3.2. Manfaat Kepuasan Pengguna	19
2.3.3. Indikator Kepuasan Pengguna	20

2.4.	Penelitian Sebelumnya	22
2.5.	Kerangka Berpikir dan Hipotesis	27
2.5.1.	Kerangka Berpikir	27
2.5.2.	Hipotesis	27
BAB III	METODE PENELITIAN	29
3.1.	Jenis Penelitian	29
3.2.	Definisi Operasional Variabel	29
3.3.	Populasi Dan Sampel	31
3.3.1.	Populasi	31
3.3.2.	Sampel	31
3.4.	Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1.	Sumber Data	33
3.4.2.	Metode Pengumpulan Data	33
3.5.	Metode Analisis Data	35
3.5.1.	Uji Validitas Data	35
3.5.2.	Uji Reliabilitas	36
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	36
3.5.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.5.5.	Uji koefisien Determinasi	38
3.5.6.	Uji Hipotesis	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1.	Hasil Penelitian	40
4.1.1.	Deskripsi Data Responden	40
4.1.2.	Deskripsi Variabel Dependen dan Independen	42
4.2.	Analisis Data	45
4.2.1.	Uji Validitas	45
4.2.2.	Uji Reliabilitas	46
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik	47
4.2.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.2.5.	Analisis Determinasi	51
4.2.6.	Pengujian Hipotesis	52
4.3.	Pembahasan dan Hasil Kerangka Berpikir	55
4.3.1.	Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Secara Simultan	55
4.3.2.	Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepuasan Pengguna Secara Parsial	57

4.3.3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Secara Parsial	58
BAB IV	PENUTUP	60
5.1.	Kesimpulan	60
5.2.	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN