

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.1.1 Definisi Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran	10
2.2 Media Sosial.....	11
2.2.1 Definisi Media Sosial	11
2.2.2 <i>Social Media Marketing</i>	13
2.3 Instagram	14
2.4 Promosi.....	15
2.5 Strategi Promosi <i>Paid Online Advertising</i>	17
2.6 Minat Beli.....	22
2.7 Penelitian Terdahulu	25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Waktu Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.4 Data yang Diperlukan.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Penyusunan Variabel.....	31
3.6.1 Variabel Bebas	31
3.6.2 Variabel Terikat	31
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional.....	31
3.7.1 Definisi Konseptual	31
3.7.2 Definisi Operasional	32
3.8 Penyusunan Hipotesis	34
3.9 Pengujian Instrumen.....	35
3.9.1 Uji Validitas	35
3.9.2 Uji Reliabilitas	35
3.9.3 Uji Normalitas.....	36
3.9.4 Uji Heteroskedastisitas	36
3.10 Metode Analisis Data	37
3.10.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37
3.10.2 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)	37
3.10.3 Uji Determinasi (R^2)	38
3.11 Tahapan Penelitian	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil Umum.....	41
4.2 Hasil Kuesioner	43
4.2.1 Jenis Kelamin.....	43
4.2.2 Usia	44
4.2.3 Pekerjaan.....	45
4.2.4 Pemasukan	45

4.2.5 Wilayah Domisili Responden	46
4.2.6 Produk yang Ingin Dibeli.....	48
4.2.7 Jumlah Interaksi dengan Akun Instagram Menantea.....	49
4.3 Statistik Deskriptif.....	50
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.4.1 Uji Validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas	53
4.5 Uji Asumsi Klasik	54
4.5.1 Uji Normalitas.....	54
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	55
4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana	56
4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	58
4.8 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t).....	61
4.9 Pembahasan Hipotesis	62
4.10 Implikasi Manajerial	65
BAB 5 PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	74