

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
KATA PENGANTAR	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. <u>Latar Belakang</u>	1
B. <u>Rumusan Masalah</u>	7
C. <u>Tujuan Penelitian</u>	7
D. <u>Manfaat Penelitian</u>	7
E. <u>Keaslian Penelitian</u>	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. <u>Telaah Pustaka</u>	12
1. <u>Pemasaran menggunakan media sosial</u>	12
2. <u>Instagram</u>	13
3. <u>Keterlibatan Pengguna</u>	14
4. <u>Strategi Konten</u>	15
B. <u>Kerangka Teori</u>	20
C. <u>Kerangka Konsep</u>	21
D. <u>Hipotesis</u>	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. <u>Jenis dan Desain Penelitian</u>	23
B. <u>Tempat dan Waktu Penelitian</u>	23
C. <u>Subjek Penelitian</u>	23

1. <u>Populasi</u>	23
2. <u>Jumlah sampel penelitian</u>	24
3. <u>Teknik pengambilan sampel penelitian</u>	25
D. <u>Identifikasi Variabel Penelitian</u>	25
E. <u>Definisi Operasional Variabel</u>	26
F. <u>Instrumen Penelitian</u>	28
G. <u>Cara Analisis Data</u>	28
H. <u>Etika Penelitian</u>	33
I. <u>Keterbatasan Penelitian</u>	33
J. <u>Jalannya Penelitian</u>	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. <u>Hasil Penelitian</u>	35
B. <u>Pembahasan</u>	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. <u>Kesimpulan</u>	55
B. <u>Saran</u>	56
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	65