

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTISARI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. <i>Florist</i>	8
2.2. Media Sosial	9
2.3. Iklan, Efektivitas, Efektivitas Iklan	9
2.4. Perilaku Konsumen	10
2.5. Keputusan Pembelian	12
2.6. Bauran Pemasaran	14
2.7. AISAS	16
2.8. Kepuasan Konsumen	19
2.9. <i>Customer Response Index (CRI)</i>	22
2.10. <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	24
2.11. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	28
2.12. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Objek dan Waktu Penelitian	32
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Kerangka Berfikir	36
3.5. Penyusunan Variabel	40

3.6. Tahapan Penelitian	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Profil Atelier Hanabira	52
4.2. Karakteristik Responden untuk Efektivitas <i>Instagram</i>	55
4.2.1. Sumber Informasi	56
4.2.2. Usia	57
4.2.3. Jenis Kelamin	58
4.2.4. Pekerjaan	58
4.2.5. Pendapatan Rata-Rata Perbulan	59
4.3. Uji Validitas Kuesioner Efektivitas Penggunaan <i>Instagram</i>	60
4.4. Uji Reliabilitas Kuesioner Efektivitas Penggunaan <i>Instagram</i>	63
4.5. Perhitungan <i>Customer Response Index</i> (CRI) dengan Konsep AISAS..	63
4.5.1. CRI pada Atelier Hanabira	64
4.5.2. CRI pada Floweridea dan Mekar <i>Florist</i>	72
4.6. Karakteristik Responden untuk Kepuasan Konsumen	85
4.7. Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen	88
4.8. Uji Reliabilitas Kuesioner Kepuasan Konsumen	89
4.9. Hasil Penelitian Pengukuran Tingkat Kepuasan	90
4.9.1. Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	90
4.9.2. Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	118