

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Keaslian Tugas Akhir.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Intisari.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel.....	xi
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Masalah.....	7
1.6. Kerangka Pemikiran.....	8
1.7. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II Gambaran Umum Penulisan.....	10
2.1. Kondisi Umum.....	10

2.1.1.	Profil Perusahaan.....	10
2.1.2.	Produk Perusahaan.....	13
2.1.3.	Akun Instagram Perusahaan.....	19
2.2.	Tinjauan Pustaka.....	20
2.2.1.	Media Sosial.....	20
2.2.2.	Instagram.....	27
2.3.	Landasan Teori.....	32
2.3.1.	Minat Beli.....	32
2.3.2.	<i>Consumer Behaviour</i>	33
2.3.3.	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	35
2.3.4.	<i>Content Marketing</i>	41
2.4.	Hipotesis.....	44
2.5.	Keaslian Penelitian.....	45
2.6.	Metodologi Penelitian.....	47
2.6.1.	Populasi & Sampel.....	48
2.6.2.	Pengumpulan Data.....	49
2.6.3.	Objek Penelitian.....	49
2.6.4.	Teknik Analisis Penelitian.....	50
2.6.5.	Instrumen Pengumpulan Data.....	54
2.6.6.	Metode Analisis Data.....	55
2.6.7.	Variabel Operasional.....	58
BAB III Analisis Deskriptif & Pembahasan.....		60
3.1.	Analisis Deskriptif.....	60
3.1.1.	Usia Responden.....	60

3.1.2. Jenis Kelamin.....	61
3.1.3. Pekerjaan.....	62
3.1.4. Domisili Responden.....	63
3.1.5. Lama menjadi <i>followers</i> APDC Indonesia.....	64
3.1.6. Alasan mengikuti Instagram APDC Indonesia.....	65
3.2. Uji Validitas.....	66
3.3. Uji Reabilitas.....	67
3.4. Uji Korelasi & Regresi.....	68
3.4.1. Uji Korelasi.....	68
3.4.2. Uji Regresi.....	69
BAB IV Kesimpulan & Saran.....	74
3.5. Kesimpulan.....	74
3.6. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Fakta Instagram di Indonesia & Global.....	3
Gambar 1.2. Kerangka Penelitian.....	8
Gambar 2.1. Logo Perusahaan.....	11
Gambar 2.2. Struktur Organisasi APDC Indonesia.....	12
Gambar 2.3. Tampilan Akun Instagram APDC Indonesia.....	19
Gambar 2.4. Presentase Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	28
Gambar 2.5. <i>Model Consumer Behaviour</i> menurut Kotler & Armstrong..	34
Gambar 2.6. <i>Maslow's Hierarchy of Needs</i>	39
Gambar 3.1. Usia Responden.....	60
Gambar 3.2. Jenis Kelamin.....	61
Gambar 3.3. Karakteristik Pekerjaan.....	62
Gambar 3.4. Domisili Responden.....	63
Gambar 3.5. Lama menjadi <i>followers</i> APDC Indonesia.....	64
Gambar 3.6. Alasan mengikuti Instagram APDC Indonesia.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 2.2. Varibel Operasional.....	58
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 3.3. Uji Korelasi.....	68
Tabel 3.4. <i>Model Summary</i>	69
Tabel 3.5. <i>Descriptive Statistic</i>	70
Tabel 3.6. ANOVA.....	70
Tabel 3.7. Koefisien.....	70