

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	4
I.3. Tujuan Penelitian.....	4
I.4. Manfaat Penelitian.....	5
I.5. Kerangka Penelitian.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM.....	7
II.1. Kondisi Umum Penulisan.....	7
II.2. Tinjauan Pustaka	8
II.2.1. Promosi.....	8
II.2.2. Media Sosial dan Instagram	10
II.2.3. Promosi Melalui Media Sosial Instagram	11
II.2.4. Minat Beli.....	12
II.3. Keaslian Penelitian.....	13
II.4. Hipotesis.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
III.1. Desain Penelitian	18
III.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	18
III.3. Jenis dan Sumber Data.....	19
III.4. Teknik Pengumpulan Data.....	19
III.5. Populasi dan Sampel.....	21
III.6. Definisi Operasional Variabel.....	23
III.6.1. Variabel Promosi Media Sosial Instagram (X).....	23
III.6.2. Variabel Minat Beli (Y)	27

III.7. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
IV.1. Responden.....	31
IV.2. Hasil dan Analisis Data.....	34
IV.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi melalui Media Sosial Instagram (X)	34
IV.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y).....	36
IV.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	38
IV.2.4. Analisis Regresi Linier Sederhana	43
IV.2.5. Pengujian Hipotesis.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
V.1. Kesimpulan	49
V.2. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	57