

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Tinjauan Pustaka	6
1.6. Landasan Teori.....	11
1.6.1 Sosial Media.....	11
1.6.1.1 Pengertian Sosial Media	12
1.6.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	13
1.6.2 Instagram.....	14
1.6.2.1 Pengertian Instagram	14
1.6.2.2 Fitur-Fitur Instagram.....	15
1.6.3 Minat Beli	16
1.6.3.1 Pengertian Minat Beli	16

1.6.3.2 Tahap-Tahap Minat Beli	17
1.6.4 Operasionalisasi Variabel	22
1.7 Metode Penelitian	24
1.7.1 Jenis Penelitian	24
1.7.2. Waktu dan tempat penelitian	25
1.7.3. Alat penelitian	25
1.7.4. Teknik pengumpulan data	26
1.7.5. Jenis data	26
1.7.6. Analisis data	27
1.7.6.1. Penentuan Ukuran Populasi dan Sampel	27
1.7.6.2. Menentukan Skala Pengukuran	30
1.7.6.3. Rancangan dan Pengujian Hipotesis	31
1.7.6.3.1. Rancangan Analisis	31
1.7.6.3.2. Uji Normalitas	34
1.7.6.3.3. Uji F	34
1.7.6.3.4. Hipotesis Penelitian	35
1.7.6.3.5. Uji-t	36
1.7.6.3.6. Koefisien Determinasi	36
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	39
2.1 Letak / Alamat	39
2.2 Gambaran Umum	40
2.2.1 Sejarah.....	40
2.2.2 Zonasi Satwa di Kebun Binatang Gembira Loka	43
2.2.3 Fasilitas untuk Vulnerable Group	47
2.2.4 Struktur Organisasi Departemen Pemasaran	50
2.2.5 Pengelola Kebun Binatang Gembira Loka	50
2.2.6 Instagram Gembira Loka Zoo	51
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
3.1 Analisis	53
3.1.1 Responden	53
3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	56

3.1.3 Uji Normalitas	59
3.1.4 Uji Regresi Linear Sederhana	60
3.1.5 Uji Hipotesis	62
3.1.6 Koefisien Determinasi	63
3.2 Pembahasan	63
3.2.1 Hasil Kuesioner	63
3.2.1.1. Bagian I Media Sosial Instagram (X)	64
3.2.1.1.1. <i>Context</i>	64
3.2.1.1.2. <i>Communication</i>	65
3.2.1.1.3. <i>Collaboration</i>	67
3.2.1.1.4. <i>Connection</i>	68
3.2.1.2. Bagian II Minat Beli (Y)	69
3.2.1.2.1. <i>Attention</i>	69
3.2.1.2.2. <i>Interest</i>	71
3.2.1.2.3. <i>Desire</i>	72
3.2.2 Pembahasan Analisis	73
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	75
4.1 Kesimpulan	75
4.2 Saran	75
4.2.1. Manajemen Gembira Loka	75
4.2.2. Penelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80