

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Struktur Organisasi	2
1.1.4 Jenis - jenis Produk Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Batasan Masalah	10
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	13

2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	13
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	14
2.3.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	14
2.3.2 Tujuan <i>Social Media Marketing</i>	14
2.3.3 Manfaat <i>Social Media Marketing</i>	15
2.3.4 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	15
2.4 Instagram.....	16
2.4.1 Pengertian Instagram.....	16
2.4.2 Fitur Instagram.....	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	18
2.6 <i>Literature Review</i>	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.1.1 Variabel Operasional.....	23
3.1.2 Skala Pengukuran.....	27
3.2 Tahapan Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.3.3 Teknik <i>Sampling</i>	31
3.4 Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Sumber Data.....	31
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Uji Keabsahan Data yang Diperoleh.....	32
3.5.1 Pengertian Validitas	32
3.5.2 Pengertian Reliabilitas	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1 Analisis Deskriptif	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	37
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2 Analisis <i>Social Media Marketing</i>	39
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	39
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	42
4.3 Analisis Deskriptif	42
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Context</i>	42
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Communication</i>	43
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Collaboration</i>	44
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Connection</i>	45
4.4 Analisis Deskriptif Keseluruhan	46
4.4.1 Jawaban Responden Berdasarkan per Item.....	46
4.4.2 Jawaban Responden Keseluruhan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70