

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Strategi Pemasaran	11
2.1.3 Pemasaran Online.....	12
2.1.4 <i>Social Media</i>	14
2.1.5 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.1.6 Instagram.....	18
2.1.7 Minat Berkunjung	21
2.1.8 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	35

3.3	Skala Pengukuran	40
3.4	Tahapan Penelitian	40
3.5	Populasi dan Sampel	43
3.5.1	Populasi	43
3.5.2	Sampel	43
3.5.3	Teknik Sampling	45
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data	46
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.7.1	Uji Validitas	47
3.7.2	Uji Reliabilitas	48
3.7.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.7.1	Analisis Deskriptif	51
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	51
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.8	Hipotesis Penelitian	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Karakteristik Responden	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Referensi	62
4.2	Hasil Analisis Data	63
4.2.1	Analisis Deskriptif	63
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	80
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.2.4	Pengujian Hipotesis	87
BAB V PENUTUP		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		93