

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.5 Konten Marketing.....	15
2.1.6 Media Sosial	15
2.1.7 Media Sosial <i>Marketing</i>	16
2.1.8 Instagram	17
2.1.9 Minat Beli	18

2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian	27
3.3 Variabel Operasional	29
3.4 Tahapan Penelitian	34
3.5 Populasi dan Sample.....	35
3.5.1 Populasi.....	35
3.5.2 Sample	35
3.5.3 Teknik Sampling.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1 Sumber Data	37
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Keabsahan Data.....	38
3.7.1 Pengertian Validitas.....	38
3.7.2 Pengertian Reliabilitas	40
3.8 Teknik Analisis Data	42
3.8.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	42
3.9 Uji Hipotesis	44
3.9.1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	44
3.9.2 Uji Parsial (Uji T).....	45
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden.....	47
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Analisa Deskriptif.....	52

4.2.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	62
4.2.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	65
4.2.4 Koefisien Determinasi	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	75