

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Kerangka Teori.....	9
1.5.1. Teori S-O-R	9
1.5.2. Komunikasi Pemasaran	11
1.5.2.1. Pemasaran Internet	12
1.5.3. Minat Beli	13
1.6. Kerangka Pemikiran.....	16
1.7. Hipotesis	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Pemasaran Media Sosial	18
2.2. Promosi Melalui Media Sosial.....	26
2.2.1. Promosi Melalui Jejaring Sosial <i>Facebook</i>	30

2.2.2. Promosi Melalui Instagram.....	35
2.2.3. Promosi Melalui <i>Twitter</i>	39
2.3. Minat Beli.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Indikator Variabel.....	47
3.3. Defenisi Konseptual dan Operasional	49
3.4. Lokasi Penelitian	53
3.5. Sumber Data	54
3.6. Teknik Pengumpulan Data	55
3.7. Populasi dan Sampel	55
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.8.1. Uji Validitas	58
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	60
3.9 Analisis Data.....	62
3.9.1. <i>Product Moment Correlation</i>	62
3.9.2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	64
4.2. Gambaran Umum Perusahaan	65
4.3. Karakteristik Responden.....	68
4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	69
4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Sering Diakses	70
4.4. Deskripsi Variabel	71
4.4.1. Terpaan Promosi <i>Brodo Footwear</i> Melalui Media Sosial.....	71
4.4.1.1. Frekuensi	72
4.4.1.2. Intensitas.....	75
4.4.1.3. Visualisasi.....	79
4.4.2. Minat Beli	83

4.4.2.1. Minat transaksional.....	83
4.4.2.2. Minat Referensial.....	86
4.4.2.3. Minat Preferensial.....	90
4.4.2.4. Minat Eksploratif.....	93
4.5. Uji Hipotesis	97
4.5.1. Korelasi <i>Product Moment</i>	97
4.5.2. Uji Regresi Linier Sederhana.....	99
4.6. Pembahasan	101
BAB IV PENUTUP	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Terpaan Iklan <i>Brodo Footwear</i>	59
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Minat Beli	60
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	62
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Sering Diakses.....	70
Tabel 4.4	Deskripsi Sub Variabel Frekuensi	72
Tabel 4.5.	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Frekuensi	74
Tabel 4.6	Deskripsi Sub Variabel Intensitas.....	75
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Intensitas.....	78
Tabel 4.8	Deskripsi Sub Variabel Visualisasi.....	79
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Visualisasi	81
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel Terpaan Iklan <i>Brodo Footwear</i> Di Media Sosial.....	82
Tabel 4.11	DeskripsiSub Variabel Minat Transaksional	83
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Minat Transaksional.....	86
Tabel 4.13	DeskripsiSub Variabel Minat Referensial	87
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Minat Referensial	89
Tabel 4.15	DeskripsiSub Variabel Minat Preferensial.....	90
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Minat Preferensial	92
Tabel 4.17	DeskripsiSub Variabel Minat Eksploratif.....	93
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Minat Eksploratif.....	95
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	96
Tabel 4.20	Hasil Analisis Korelasi Product Moment	97

Tabel 4.21 Tabel Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	98
Tabel 4.22 Nilai Koefisien Determinasi(R^2)	99
Tabel 4.23 Nilai Koefisien Regresi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Teori S-O-R Sesuai Elemen Penelitian	10
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 3.1	Variabel Penelitian.....	48
Gambar 3.2	Sumber: www.google.com.sg/maps	54
Gambar 4.1.	Lokasi Kecamatan Depok Kelurahan Caturtunggal.....	64
Gambar 4.2.	Contoh Promosi Brodo Footwear di Media Sosial Facebook..	66
Gambar 4.3.	Contoh Promosi Brodo Footwear di Media Sosial Twitter.....	67
Gambar 4.3.	Contoh Promosi Brodo Footwear di Media Sosial Instagram .	68