

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN 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 Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5. Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Teori Persamaan Media.....	9
1.5.2 Media Baru	10
1.6. Kerangka Konsep	15
1.6.1 Terpaan Media.....	15
1.6.2 Promosi.....	16
1.6.3 Minat	17
1.6.4 Sikap.....	18
1.7. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Komunikasi Pemasaran	21
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	21

2.1.2 Bentuk-Bentuk Utama Dari Komunikasi Pemasaran	22
2.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	23
2.2. <i>New Media</i> (Media Baru)	24
2.3. Media Sosial	27
2.3.1 Pengertian Sosial Media	27
2.3.2 Ciri-Ciri Media Sosial	28
2.3.3 Karakteristik Media Sosial	28
2.3.4 Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi	29
2.4. Instagram	32
2.5. Minat Beli Konsumen	34
2.5.1 Pengertian Minat Beli	34
2.5.2 Perilaku Konsumen dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen	36
2.6. Penelitian Terdahulu	37
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian	42
3.2. Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3. Definisi Konsep	43
3.4. Definisi Operasional	44
3.5. Hubungan Antara Akun Instagram Kuliner Cirebon sebagai Media Promosi dengan Minat Beli Konsumen	46
3.6. Metode Pengumpulan Data	47
3.7. Metode Pengujian Instrumen	49
3.7.1 Validitas	49
3.7.2 Reliabilitas	50
3.8. Analisis Data	52
3.8.1 Analisis Uji Normalitas	52
3.8.2 Analisis Uji Linearitas	52
3.8.3 Analisis Korelasi	53
3.8.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Deskripsi Akun Kuliner Cirebon.....	55
4.2. Profil Responden	55
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.3. Analisis Penggunaan Akun Instagram Kuliner Cirebon sebagai Media Promosi	58
4.3.1 Akun Instagram Kuliner Cirebon.....	58
4.4. Analisis Minat Beli Konsumen	71
4.4.1 Minat Beli Konsumen	71
4.5. Analisis Pengaruh Penggunaan Akun Instagram Kuliner Cirebon sebagai Media Promosi terhadap Minat Beli Konsumen.....	82
4.6. Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN