

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Teori	7
1.6. Hipotesis	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Posisi dan Kedudukan Media Sosial	16
2.2. Media Sosial dan Marketing	21
2.3. Hubungan Media Sosial Dengan Perilaku Konsumen	25
2.4. Minat Konsumen	32
2.5. Pemanfaatan Media Sosial Instagram	35
2.6. Penelitian Terdahulu	36
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40

3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Variabel yang Diteliti.....	40
3.3. Definisi Konseptual dan Operasional	41
3.4. Hubungan Antar Variabel	48
3.5. Sumber Data	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	49
3.7. Populasi dan Sampel	50
3.8. Analisis Data	51
3.9. Skala Pengukuran	53
3.10. Uji Validitas dan Reabilitas	55
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi Media sosial Instagram Jogja Bay Waterpark	59
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
4.3. Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel	62
4.4. Pembahasan	100
BAB V.....	104
PENUTUP.....	104
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....