

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Kerangka Teori .....	8
1.5.1 Terpaan Media.....	8
1.5.2 Komunikasi Massa .....	11
1.5.3 Teori Persamaan Media ( <i>Media Equation Theory</i> ).....	18
1.5.4 Keberhasilan Fungsi Promosi.....	20

1.6	Hipotesis.....	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>		<b>24</b>
2.1	Media Sosial.....	24
2.1.1	Karakteristik Media Sosial.....	25
2.1.2	Fungsi Media Sosial.....	29
2.2	Media Sosial <i>Facebook</i> .....	30
2.2.1	Manfaat <i>Facebook</i> .....	31
2.2.2	<i>Facebook Marketing</i> .....	33
2.3	<i>Promotion Mix</i> atau Bauran Promosi.....	35
2.4	Penelitian Terdahulu.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>45</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Metode Penelitian.....	46
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	48
3.4	Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1	Populasi.....	48
3.5	Subjek dan Objek Penelitian.....	49
3.5.1	Sampel.....	49
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.7	Sumber Data.....	51
3.7.1	Data Primer.....	52
3.7.2	Data Sekunder.....	52
3.8	Variabel Penelitian.....	53
3.8.1	Definisi Konseptual.....	54
3.8.2	Definisi Operasional.....	58

3.9	Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.9.1	Angket atau Kuesioner.....	65
3.9.2	Studi Pustaka.....	66
3.9.3	Observasi.....	66
3.10	Validitas dan Reliabilitas Data.....	67
3.10.1	Uji Validitas.....	67
3.10.2	Uji Reliabilitas Data.....	69
3.11	Teknik Analisis Data.....	71
3.11.1	Analisis Deskriptif.....	71
3.11.2	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.11.3	Analisis Regresi Sederhana.....	73
3.11.4	Koefisien Determinasi.....	73
3.11.5	Pengujian Hipotesis (Uji T).....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>75</b>
4.1	Deskripsi Rakmini Salatiga.....	75
4.2	Deskripsi Responden.....	78
4.2.1	Responden Berdasarkan Umur.....	79
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	80
4.3.1	Terpaan Media Sosial <i>Facebook</i> (X).....	80
4.3.2	Tingkat Keberhasilan Fungsi Promosi Rakmini di Salatiga (Y).....	102
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	130
4.5	Analisis Regresi Sederhana.....	132
4.6	Koefisien Determinasi.....	134
4.7	Pengujian Hipotesis (Uji T).....	135

4.8 Pembahasan.....	137
BAB V PENUTUP.....	143
5.1 Kesimpulan.....	143
5.2 Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian .....	63
Tabel 3. 2 Uji Validitas .....	68
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Variabel X.....	70
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	70
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	79
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
Tabel 4. 3 Deskripsi Sub Variabel Frekuensi.....	82
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Pernyataan 1 .....	83
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Pernyataan 2 .....	85
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Pernyataan 3 .....	86
Tabel 4. 7 Deskripsi Sub Variabel Durasi.....	88
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Pernyataan 4 .....	90
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Pernyataan 5 .....	92
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Pernyataan 6 .....	93
Tabel 4. 11 Deskripsi Sub Variabel Atensi.....	96
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Pernyataan 7 .....	97
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Pernyataan 8 .....	98
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Pernyataan 9 .....	100
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Pernyataan 10 .....	101
Tabel 4. 16 Deskripsi Sub Variabel <i>Informing</i> .....	104
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi Pernyataan 11 .....	105
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi Pernyataan 12 .....	107

Tabel 4. 19 Deskripsi Sub Variabel <i>Persuading</i> .....	109
Tabel 4. 20 Distribusi Frekuensi Pernyataan 13 .....	111
Tabel 4. 21 Distribusi Frekuensi Pernyataan 14 .....	112
Tabel 4. 22 Deskripsi Sub Variabel <i>Reminding</i> .....	115
Tabel 4. 23 Distribusi Frekuensi Pernyataan 15 .....	116
Tabel 4. 24 Distribusi Frekuensi Pernyataan 16 .....	118
Tabel 4. 25 Deskripsi Sub Variabel <i>Adding Value</i> .....	120
Tabel 4. 26 Distribusi Frekuensi Pernyataan 17 .....	122
Tabel 4. 27 Distribusi Frekuensi Pernyataan 18 .....	123
Tabel 4. 28 Deskripsi Sub Variabel <i>Assisting</i> .....	126
Tabel 4. 29 Distribusi Frekuensi Pernyataan 19 .....	127
Tabel 4. 30 Distribusi Frekuensi Pernyataan 20 .....	129
Tabel 4. 31 Uji Normalitas .....	131
Tabel 4. 32 Uji Linearitas .....	132
Tabel 4. 33 Nilai Signifikansi Regresi Sederhana .....	132
Tabel 4. 34 Nilai Koefisien Regresi Sederhana .....	133
Tabel 4. 35 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	134
Tabel 4. 36 Hasil Uji T .....	136

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	54
Gambar 4. 1 Lokasi Rakmini .....	75
Gambar 4. 2 Produk Rakmini.....	76