

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	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Kerangka Teori.....	10
1.6. Hipotesis.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. <i>Promotion Mix</i>	20
2.2. <i>Iklan Digital Marketing</i>	24
2.3. <i>Brand</i>	28
2.4. <i>Brand Loyalty</i>	29
2.5. Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	41
3.3. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	42
3.4. Skala Pengukuran	51
3.5. Populasi dan Sampel	52

3.6.	Teknik Sampling.....	54
3.7.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.8.	Instrumen Penelitian	57
3.9.	Analisis Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1.	Deskripsi Perusahaan	65
4.2.	Logo Menantea	66
4.3.	Gambaran Konten Iklan Promosi Instagram Menantea.....	67
4.4.	Deskripsi Variabel	71
4.5.	Uji Normalitas	84
4.6.	Uji Linearitas	85
4.7.	Hasil Uji Analisis <i>Product Moment</i>	86
4.8.	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	87
4.9.	Uji Signifikansi t.....	88
4.10.	Uji F	89
4.11.	Uji Koefisien Determinasi (R Square)	90
4.12.	Pembahasan	91
BAB V PENUTUP		99
5.1.	Kesimpulan.....	99
5.2.	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN		108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Pengukuran Skor Peringkat	52
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengaruh Terpaan Iklan Promosi Instagram Menantea (Variabel X)	58
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat <i>Brand Loyalty</i> Konusmen Menantea (Variabel Y).....	59
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	60
Tabel 3.5 Variabel Tingkat Pengaruh Terpaan Iklan Promosi Instagram Menantea (Variabel X).....	61
Tabel 3.6 Variabel Tingkat <i>Brand Loyalty</i> Konsumen Menantea (Variabel Y)	61
Tabel 3.7 Perhitungan Koefisien Korelasi	63
Tabel 4.1 Skala Pengukuran.....	72
Tabel 4.2 Deskripsi Frekuensi Melihat Konten Instagram Menantea	73
Tabel 4.3 Skala Pengukuran.....	74
Tabel 4.4 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Khalayak tentang Instagram Menantea	74
Tabel 4.5 Skala Pengukuran.....	75
Tabel 4.6 Deskripsi Ukuran Khalayak Diterpa Pesan Iklan Instagram Menantea	76
Tabel 4.6 Skala Pengukuran.....	77
Tabel 4.7 Deskripsi pengaruh prefrensi, biaya dan tingkat pengetahuan mengenai produk Menantea	78
Tabel 4.8 Skala Pengukuran.....	79
Tabel 4.10 Skala Pengukuran.....	81
Tabel 4.11 Deskripsi ukuran keinginan pembelian ulang produk Menantea	81
Tabel 4.11 Skala Pengukuran.....	83
Tabel 4.12 Deskripsi frekuensi pembelian berulang produk Menantea	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas	85
Tabel 4.15 Hasil Korelasi X terhadap Y	86

Tabel 4.16 Estimasi Persamaan Regresi Linier Variabel X terhadap Y	87
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel X terhadap Y	88
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	90
Tabel 4.19 Tabel R Square	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Instagram <i>Brand</i> Artis	7
Gambar 4.1 Award Menantea Toko sebagai Most Favorite Local Brand Winner	65
Gambar 4.2 Logo Menantea	66
Gambar 4.3 Postingan Konten <i>feeds</i> Instagram Menantea Toko	69
Gambar 4.4 Postingan <i>Story</i> Instagram Menantea Toko	70
Gambar 4.5 Interaksi Mintea (admin Instagram) dengan <i>followers</i> Menantea Toko ..	71
Gambar 5.1 Unggahan <i>Repost</i> Jerome Polin dari konsumen Menantea Toko	101
Gambar 5.2 Promosi Menantea melalui media sosial lain	102