

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis	7
1.4.2. Manfaat Akademisi	7
1.5. Kerangka Konsep dan Teori.....	8
1.5.1. Terpaan Media (<i>Media Exposure</i>).....	8
1.5.2. Minat Beli.....	12
1.5.3. Hipotesis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Social Media Marketing	15
2.2. Media Sosial	16
2.2.1. Karakteristik Media Sosial	17
2.2.2. Jenis-jenis Media Sosial	18
2.3. Instagram	21
2.3.1. Fitur-fitur Instagram	22
2.4. Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Metodologi Penelitian	30
3.1.1. Jenis Penelitian	30
3.1.2. Subjek dan Obyek Penelitian	32
3.1.3. Lokasi Penelitian	32
3.2. Populasi dan Sampel	32
3.2.1. Populasi	32
3.2.2. Sampel.....	33
3.3. Sumber Data	34
3.3.1. Sumber Data Primer	34
3.3.2. Sumber Data Sekunder.....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35

3.4.1.	Kuisisioner	35
3.4.2.	Studi Pustaka	35
3.5.	Variabel Penelitian	36
3.5.1.	Variabel Independen/ Bebas (x)	36
3.5.2.	Variabel Dependent/ Terikat (y).....	36
3.6.	Definisi Konseptual	36
3.6.1.	Variabel (X) : Terpaan Media	37
3.7.	Definisi Operasional.....	39
3.8.	Skala Pengukuran	41
3.9.	Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
3.9.1.	Uji Validitas	42
3.9.2.	Realibilitas.....	44
3.10.	Teknik Analisis Data	46
3.10.1.	Uji Asumsi Klasik	46
3.10.2.	Uji Regresi Linier Sederhana	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1.	Profil Point Coffee.....	49
4.1.2.	Gambaran Konten Instagram Point Coffee	50
4.2.	Deskripsi Responden	53
4.2.1.	Analisis Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.2.	Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.3.	Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.4.	Analisis Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
4.2.5.	Analisis Responden Berdasarkan Domisili	57
4.3.	Hasil Penelitian.....	58
4.3.1.	Analisis Variabel (X) Terpaan Media	58
4.3.2.	Analisis Variabel (Y) Minat Beli	67
4.4.	Pembahasan	77
4.4.1.	Uji Normalitas	77
4.4.2.	Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	77
4.4.3.	Analisis Regresi Linier Sederhana	79
4.4.4.	Uji T	80
4.4.5.	Uji Koefisien Determinasi (R Square)	81
4.4.6.	Pembahasan	81
BAB V PENUTUP.....		87
5.1.	Simpulan.....	87
5.2.	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		