

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Akademis.....	11
1.4.3 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 Teori AISAS	11
1.5.2 Konten Instagram	14
1.5.3 Hubungan Antara Konten Instagram dengan Minat Beli Konsumen.....	15
1.6 Kerangka Pemikiran.....	18
1.7 Hipotesis.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Social Media Marketing.....	21
2.1.1 Pengertian Social Media Marketing	21
2.1.2 Pesan Dalam Social Media Marketing	22
2.2 Instagram.....	22
2.2.1 Pengertian Instagram	22
2.2.2 Karakteristik Instagram	23
2.2.2 Konten Instagram	25
2.2.3 Kelebihan Instagram sebagai Media Pemasaran	26
2.2.4 Diamond Rule Instagram.....	27
2.3 Minat beli	28
2.3.1 Pengertian Minat beli.....	28
2.3.2 Indikator-Indikator Minat Beli	29

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	30
2.4 Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.1.1 Definisi Penelitian Kuantitatif.....	36
3.1.2 Studi Deskriptif.....	36
3.1.3 Logika Berpikir Kuantitatif	37
3.1.4 Perspektif Positivisme	37
3.2 Objek Penelitian	38
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian	38
3.3.1 Waktu Penelitian.....	38
3.3.2 Lokasi Penelitian	38
3.4 Sumber Data Penelitian.....	38
3.5 Populasi dan Sampel	39
3.5.1 Populasi	39
3.5.2 Sampel.....	39
3.6 Teknik Sampling	40
3.7 Variabel Penelitian	41
3.7.1 Definisi Operasional Variabel	42
3.8 Skala Pengukuran Variabel.....	45
3.9 Prosedur Pengambilan Data	46
3.9.1 Kuesioner.....	46
3.10 Uji Instrumen	46
3.10.1 Uji Validitas.....	46
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.11 Teknik Analisis Data.....	52
3.11.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.11.2 Analisis Kuantitatif.....	52
BAB IV PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Perusahaan	56
4.1.1 Profil Appel House	56
4.1.2 Visi PT. Rumah Bersama Seluler	56
4.1.3 Misi Appel House.....	57
4.1.4 Logo Perusahaan.....	57
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	68
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	68
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili	70
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	72
4.3 Deskripsi Data Hasil Penelitian	73

4.4 Hasil Analisis Korelasi Product Moment.....	104
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	105
4.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	106
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	107
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	108
BAB 5 PENUTUP	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN	128