

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Akademis	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP	
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Komunikasi Pemasaran	9
2. Media Sosial	11
3. Media Baru (New Media)	13
4. Instagram	13
5. Keputusan Penggunaan	17
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Hipotesis Penelitian.....	20
D. Kerangka Konsep	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	22
B. Pendekatan Penelitian	22
C. Metode Penelitian.....	22
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	22
E. Populasi dan Sampel	24
F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	26
G. Teknik Pengumpulan Data	26
H. Teknik Analisis Data	27

I. Uji Validitas dan Reabilitas.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
B. Hasil Penelitian.....	33
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	