

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	III
ABSTRAK	IV
MOTTO	VI
DATA PRIBADI	VII
RIWAYAT PENDIDIKAN	VII
PENGALAMAN ORGANISASI	VII
KATA PENGANTAR	VIII
UCAPAN TERIMAKASIH	IX
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	13
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP	
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Komunikasi Pemasaran.....	11
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	11
b. Proses Komunikasi Pemasaran	12
c. Pemasaran Media Sosial	13
2. Konten Media Sosial	13
a. Pengertian Konten Media Sosial.....	13
b. Indikator Konten Media Sosial	14

3. Instagram.....	15
4. Keputusan Pembelian.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
B. Pendekatan Penelitian	26
C. Metode Penelitian.....	26
D. Variabel & Operasionalisasi Variabel	27
E. Populasi & Sampel	30
F. Pengukuran & Pengamatan Variabel.....	31
G. Teknik Pengumpulan Data.....	32
H. Teknik Analisis Data.....	33
I. Uji Validitas & Uji Realibilitas	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Penelitian.....	41
B. Hasil Penelitian	44
BAB V KESIMPULAN & SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93