

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Akademik.....	13
2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Komunikasi Pemasaran	14
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	14
2. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	15
3. Model Komunikasi Pemasaran	16
B. Media Sosial	17
1. Pengertian Media Sosial	17
2. Pemasaran Media Sosial	18
3. Konten Media Sosial	19
C. Instagram	20
1. Pengertian Instagram	20
2. Konten Instagram.....	20
D. Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	22
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	22
2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	23
3. Karakteristik Loyalitas Konsumen	25
E. Penelitian Terdahulu	26
F. Hipotesis Penelitian	28
G. Kerangka Konsep	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian	30
B. Pendekatan Penelitian.....	30
C. Metode Penelitian	30
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	30
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	31
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	31
E. Populasi dan Sampel (Teknik <i>Sampling</i>).....	33
1. Populasi	33
2. Sampel	35
F. Pengukuran & Pengamatan Variabel Penelitian	37
G. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Data Primer.....	37
2. Data Sekunder.....	38
H. Teknik Analisis Data	38
I. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1. Sejarah Eat Sambel.....	43
2. Nilai-Nilai Eat Sambel.....	45
3. Akun Instagram Sebagai Media Promosi	46
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
1. Identitas Responden.....	47
2. Pernyataan Variabel X (Konten Media Sosial Instagram)	51
3. Pernyataan Variabel Y (Loyalitas Konsumen)	67
C. Rekapitulasi Variabel X dan Y	76
D. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	78
E. Uji Hipotesis	79
F. Koefisien Determinasi (R^2)	80
G. Uji t (Uji Secara Parsial/Individu)	81
H. Uji f (Uji Secara Simultan/Bersama-sama).....	82
I. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Konten Media Sosial Instagram Eat Sambel	85
2. Loyalitas Konsumen Pada <i>Followers</i> Instagram	86
3. Pengaruh Variabel X dan Variabel Y	87
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	95