

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Pembatasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Akademis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN TEORI.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14

2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 Media Sosial	20
2.1.3 Instagram	28
2.1.4 Keputusan Pembelian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Hipotesis.....	42
2.4 Kerangka Konseptual	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	45
3.2 Pendekatan Penelitian	45
3.3 Metode Penelitian.....	45
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	46
3.5 Populasi dan Sampel	49
3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel.....	50
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.8 Teknik Analisis Data.....	52
3.9 Uji Validitas	54
3.10 Uji Reliabilitas	57
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
2. Data Diri Responden	61
3. Data Variabel X Konten Instagram.....	63
4. Data Variabel Y Keputusan Pembelian	76

5.	Rekapitulasi Data Tiap Variabel	84
6.	Uji Validitas	87
4.1.1	Uji Validitas X	87
4.1.2	Uji Validitas Y	88
4.2	Uji Reliabilitas	89
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data	90
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	91
4.4.1	Uji Normalitas.....	91
4.5	Uji Hipotesis	92
4.6	Pembahasan.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA		101