

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Akademik	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II	7
2.1 Tinjauan Pusaka.....	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	7
2.1.2 <i>Sales Promotion</i>	10
2.1.3 Keputusan Pembelian	13
2.1.4 Media Instagram.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Hipotesis	20
2.4 Kerangka Konsep.....	21
BAB III.....	22
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.2 Pendekatan Penelitian.....	22
3.3 Metode Penelitian.....	22

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4.1 Variabel <i>Independent</i> (Bebas).....	23
3.4.2 Variabel <i>Dependent</i> (Terikat).....	23
3.5 Populasi dan Sampel	25
3.5.1 Populasi	25
3.5.2 Sampel.....	25
3.6 Pengukuran dan Pengambilan Variabel Penelitian	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7.1 Data Primer	27
3.7.2 Data Sekunder	27
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.9 Uji Validitas dan Realibitas.....	28
3.9.1 Uji Validitas	28
3.9.2 Uji Realibitas.....	31
BAB IV	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.2.1 Gambaran Umum Patrobas	33
4.2.2 Akun Instagram Sebagai Media Promosi.....	34
4.2 Hasil Penelitian	35
4.2.1 Identitas Responden	35
4.2.2 Pernyataan Variabel X (<i>Sales Promotion</i>)	37
4.2.3 Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	53
4.2.4 Rekapitulasi Hasil	62
4.3 Uji Koefisien Determinasi.....	63
4.4 Uji F	64
4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	65
4.6 Uji Hipotesis.....	66
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73