

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PESEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, KERANGKA KONSEP	7
A. Tinjauan Pustaka	10
1. Komunikasi Pemasaran.....	10
a. Definisi Komunikasi Pemasaran	10
b. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	12
c. Fungsi Komunikasi Pemasaran	14
d. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15

2. <i>New Media</i> (Media Baru).....	16
a. Definisi <i>New Media</i>	16
3. Media Sosial.....	17
a. Definisi Media Sosial	17
b. Karakteristik Media Sosial	18
c. Jenis-jenis Media Sosial	21
d. Elemen Media Sosial	22
4. <i>Social Media Marketing</i>	23
a. Definisi <i>Social Media Marketing</i>	23
b. Tujuan <i>Social Media Marketing</i>	25
5. Instagram.....	26
a. Definisi Instagram	26
b. Menu Utama Instagram	27
6. <i>Repurchase Intention</i>	29
a. Definisi <i>Repurchase Intention</i>	29
b. Indikator <i>Repurchase Intention</i>	30
c. Faktor yang mempengaruhi <i>Repurchase intention</i>	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Konsep	36
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Tempat dan Waktu Penelitian	37
B. Pendekatan Penelitian	37
C. Metode Penelitian.....	37
D. Variable dan Operasional Variabel.....	38
1. Definisi Variabel Penelitian	38
2. Operasional Variabel.....	38
E. Populasi dan Sampel	40

1. Populasi.....	40
2. Sample.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Data Primer	41
2. Data Sekunder.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reabilitas.....	45
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	46
4. Uji Koefisien Regresi (Uji T).....	47
5. Uji Korelasi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B Sosial Media Instagram	
Brodo	
.....	
52.....	
C Hasil	
Penelitian	
.....	
53.....	
1. Identitas Responden	53
2. Pernyataan Variabel X (<i>Social Media Marketing</i>).....	53
3. Pernyataan Variabel Y (<i>Repurchase Intention</i>)	60
4. Rekapitulasi Hasil	66
5. Uji Determinasi	68
6. Uji Regresi Linier Sederhana	68
7. Uji Hipotesis.....	70

D Pembahasan hasil penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020.....	3
Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2020	4
Gambar 1.3 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan.....	5
Gambar 1.4 Pergerakan Tren Pencarian Sepatu Lokal	6
Gambar 4.1 Instagram Brodo.....	52
Gambar 4.2 Feed Instagram Brodo	53