

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA	
KONSEP	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Instagram	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	13
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hipotesis.....	24
2.4 Kerangka Konsep	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian.....	26
3.4 Definisi Variabel dan Operasional Variabel	27
3.4.1 Devinisi Variabel Penelitian.....	27
3.4.2 Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.5.1 Populasi	29
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.1 Data Premier.....	31
3.6.2 Data Sekunder	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
3.8.1 Uji Validitas	34
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.9 Uji Korelasi	36
3.10 Uji Hipotesis.....	37
3.11 Hasil Uji Validitas.....	37
3.12 Hasil Uji Reliabilitas	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Tentang Erigo.....	41
4.1.2 Konten Erigo di Instagram #TurkeyTakeOver	43
4.1.3 Instagram Erigo	45
1.2 Hasil Penelitian	47
1.2.1 Identitas Responden.....	47
1.2.2 Pernyataan Variabel X	49
1.2.3 Pernyataan Variabel Y	60

1.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y	77
1.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana	79
1.2.6 Analisis Koefisien Korelasi	80
1.2.7 Uji Hipotesis	83
1.2.8 Uji Subvariabel X terhadap Variabel Y	84
1.2.9 Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91