

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	17
1.2 Perumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Akademis.....	21
1.4.2 Manfaat Praktis.....	22
1.4.3 Manfaat Sosial.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kajian Teoritis	28
2.2.1 Efektivitas Komunikasi.....	28
2.2.1.1 Kriteria Komunikasi yang Efektif.....	29
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	31
2.2.2.5 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Pemasaran	32
2.2.2.6 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	33
2.2.3 Media Sosial.....	34
2.2.3.5 Jenis-jenis Media Sosial	35
2.2.3.6 Media Sosial Instagram.....	37

2.2.3.7 Isi pesan Media Sosial.....	40
2.2.4 Minat Beli	41
2.3 Hipotesis Teori.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel	49
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	49
3.4 Definisi Konsep & Operasionalisasi Konsep	52
3.4.1 Definisi Konsep.....	52
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5.1 Data Primer	56
3.5.2 Data Sekunder	56
3.5.3 Uji Validitas (Survey).....	57
3.5.4 Uji Reliabilitas (Survey).....	59
3.6 Teknik Analisa Data.....	60
3.6.1 <i>Editing</i>	60
3.6.2 <i>Coding</i>	61
3.6.3 Analisis Statistik.....	64
3.6.3.5 Uji Korelasi (Uji Hipotesis).....	65
3.6.3.6 Uji Regresi Linier Sederhana	66
3.6.3.7 Hipotesa Penelitian	67
3.6.3.8 Hipotesa Statistik	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.1.1 Visi Perusahaan	71
4.1.2 Misi Perusahaan	71
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	71

4.1.4	Bentuk Kegiatan Usaha Pempek Ladas	72
4.1.5	Kegiatan <i>Digital Marketing</i> Pempek Ladas.....	73
4.2	Hasil Penelitian	74
4.2.1	Uji Validitas Instrumen (Survey)	74
4.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen (Survey).....	77
4.2.3	Distribusi Persentase Responden.....	78
4.2.3.5	Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.3.6	Persentase Responden berdasarkan Rentang Usia.....	79
4.2.3.7	Persentase Responden berdasarkan Status Pekerjaan	80
4.2.3.8	Persentase Responden berdasarkan keaktifan penggunaan Instagram	80
4.2.3.9	Persentase Jawaban dari Pertanyaan Kuesioner	81
4.2.4	Uji Regresi Linear Sederhana	93
4.2.5	Uji Korelasi	94
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
4.2.7	Pembahasan.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	101
5.2.1	Saran Akademis.....	101
5.2.2	Saran Praktis.....	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN		107