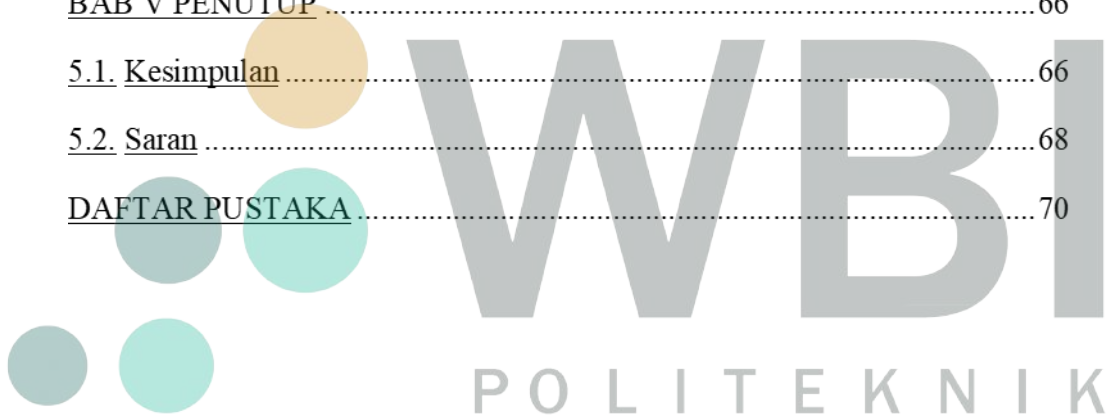


Daftar Isi

<u>ABSTRAK</u>	iv
<u>Daftar Isi</u>	viii
<u>Daftar Gambar</u>	xi
<u>Daftar Tabel</u>	xii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
1.1. <u>Latar Belakang</u>	1
1.2. <u>Rumusan Masalah</u>	10
1.3. <u>Tujuan Penelitian</u>	11
1.4. <u>Manfaat Penelitian</u>	12
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>	14
2.1. <u>Pengertian Pemasaran</u>	14
2.1.1. <u>Segmentasi Pasar</u>	15
2.1.2 <u>Penetapan Pasar Sasaran (Target Marketing)</u>	16
2.1.3 <u>Penempatan Produk (Product Positioning)</u>	17
2.2. <u>Social Media Marketing</u>	17
2.3. <u>Instagram</u>	19
2.3.1 <u>Pengertian Instagram</u>	19
2.3.2 <u>Pemanfaatan Sosial Media (Instagram)</u>	20
2.4. <u>Promosi Digital</u>	22
2.4.1 <u>Pengertian Promosi Digital</u>	22
2.4.2 <u>Integrated Marketing Communication (IMC)</u>	24
2.5. <u>Perilaku Konsumen di Era Digital</u>	26
2.6. <u>Keputusan Pembelian</u>	26
2.7. <u>Penelitian Terdahulu</u>	29

2.8. Kerangka Berpikir.....	31
2.9. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Metode Penelitian	34
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.3.1. Populasi.....	34
3.3.2. Sampel.....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.6. Variabel Penelitian.....	36
3.7. Defenisi Operasional.....	37
3.7.1. Variabel Independen.....	37
3.7.2. Variabel Dependen.....	37
3.8. Indikator Penelitian.....	38
3.9. Instrumen Penelitian	39
3.9.2. Uji Reliabilitas	40
3.9.3. Asumsi Klasik.....	40
3.10. Analisis Data.....	41
3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.10.2. Uji T	41
3.10.3. Uji F	42
3.10.3 Uji Determinan (R^2).....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan	43
4.2. Gambaran Umum Responden	44

<u>4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas</u>	49
<u>4.3.1 Uji Validitas</u>	49
<u>4.3.2 Uji Reliabilitas</u>	52
<u>4.4. Uji Normalitas</u>	54
<u>4.5. Uji Regresi Linear Berganda</u>	55
<u>4.6. Uji t</u>	58
<u>4.7. Uji F</u>	60
<u>4.8. Uji Determinan (R^2)</u>	60
<u>4.9. Pembahasan</u>	61
<u>BAB V PENUTUP</u>	66
<u>5.1. Kesimpulan</u>	66
<u>5.2. Saran</u>	68
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	70



Daftar Gambar

<u>Gambar 1. 1 Data Tren Internet dan Sosial Media di Indonesia.....</u>	2
<u>Gambar 1. 2 Data Platform Sosial Media Paling Aktif</u>	3
<u>Gambar 1. 3 Akun <i>Instagram</i> Goffee dan Goffee</u>	4
<u>Gambar 1. 4 Data Regional Kunjungan <i>Instagram</i> Goffee</u>	5
<u>Gambar 1. 5 Data Usia Pengunjung <i>Instagram</i> Goffee</u>	6
<u>Gambar 1. 6 Data Jenis Kelamin Pengunjung <i>Instagram</i> Goffee.....</u>	7
<u>Gambar 1. 7 Data Jelajah Pengunjung <i>Instagram</i> Goffee</u>	7
<u>Gambar 1. 8 Data Interaksi dengan Pengunjung <i>Instagram</i> Goffee.....</u>	8
<u>Gambar 1. 9 Grafik <i>Traffic Instagram</i>.....</u>	9
<u>Gambar 1. 10 Grafik Sales Goffee 2019.....</u>	10
<u>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....</u>	31
<u>Gambar 4. 1 Logo Goffee 2020</u>	44
<u>Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas</u>	55

Daftar Tabel

<u>Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu</u>	31
<u>Tabel 3. 1 Kisi – Kisi Indikator Penelitian</u>	39
<u>Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin</u>	44
<u>Tabel 4. 2 Responden berdasarkan gadget pilihan</u>	45
<u>Tabel 4. 3 Responden berdasarkan kelompok umur</u>	45
<u>Tabel 4. 4 Responden berdasarkan status pekerjaan</u>	45
<u>Tabel 4. 5 Responden berdasarkan kunjungan ke Goffee</u>	46
<u>Tabel 4. 6 Responden berdasarkan frekuensi kunjungan ke Goffee</u>	47
<u>Tabel 4. 7 Responden berdasarkan Instagram Goffee</u>	47
<u>Tabel 4. 8 Responden berdasarkan Alasan mengikuti Instagram Goffee</u>	48
<u>Tabel 4. 9 Responden berdasarkan Frekuensi bermain Instagram dalam sehari</u> ...48	
<u>Tabel 4. 10 Responden berdasarkan timing bermain Instagram</u>	48
<u>Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Pre Test</u>	50
<u>Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Post Test</u>	51
<u>Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabel Pre Test</u>	53
<u>Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabel Post Test</u>	54
<u>Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Berganda</u>	56
<u>Tabel 4. 16 Hasil Uji T</u>	59
<u>Tabel 4. 17 Hasil Uji F</u>	60
<u>Tabel 4. 18 Hasil Uji Determinan</u>	61