

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Struktur Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.3 Promosi	15
2.4 Media Sosial.....	15
2.4.1 Social Media Marketing.....	16
2.4.2 Dimensi Promosi Social Media Marketing.....	17
2.5 Instagram.....	17
2.6 Merek (<i>Brand</i>).....	18
2.7 Strategi Merek.....	18
2.8 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	19
2.9 Perilaku Konsumen	21
2.10 <i>Theory Of Reasoned Action</i>	22
2.11 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	22
2.12 Sikap Konsumen	24
2.13 Minat Beli	25
2.13.1 Tahap – Tahap Pengukuran Dalam Minat Beli.....	25
2.13.2 Dimensi Minat Beli.....	26
2.14 Penelitian Terdahulu	27

BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual Penelitian	34
3.2 Variabel Penelitian	34
3.2.1 Variabel Independen (Bebas)	35
3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)	35
3.2.3 Variabel Intervening	35
3.3 Variabel Operasional	35
3.4 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	38
3.4.1 Hubungan Antara Promosi Sosial Media dengan Sikap	38
3.4.2 Hubungan Antar Brand Awareness dengan Sikap Konsumen	39
3.4.3 Hubungan Antara Sikap Konsumen dengan Minat Beli	40
3.4.4 Hubungan Antara Promosi Melalui Instagram dengan Minat Beli	41
3.4.5 Hubungan Antara Brand Awareness dengan Minat Beli	41
3.5 Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Jenis dan Sumber Penelitian	42
3.5.1 Jenis Penelitian	42
3.5.2 Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.5.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.6 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	43
3.6.1 Unit Analisis	43
3.6.2 Populasi	44
3.6.3 Sampel	44
3.7 Pre-Test	45
3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Main <i>Test</i>	45
3.8.1 Uji Validitas	45
3.8.2 Uji Reliabilitas	46
3.9 Uji Asumsi Klasik	46
3.9.1 Uji Normalitas	46
3.9.2 Uji Multikolinearitas	46
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	47
3.10 Uji Hipotesis Berdasarkan Sub-Model	47
3.10.1 Sub-Model 1	47
3.10.2 Sub-Model 2	48
3.10.3 Sub-Model 3	49
3.11 Uji Determinan	50
3.12 Uji Linier Berganda	50
3.13 Uji Analisis Jalur	50
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis <i>Pre-Test</i>	57
4.1.1 Hasil Uji Validitas	57
4.1.2 Kesimpulan Validitas dan Reliabilitas (Pre-test)	60
4.2 Analisis Hasil Main Test	60
4.2.1 Analisis Deskriptif Profil Responden Main Test	60

4.2.1.1	Karakteristik Responden Main Test Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.1.2	Karakteristik Responden Main Test Berdasarkan Usia	61
4.2.1.3	Karakteristik Responden Main Test Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.2.1.4	Karakteristik Responden Main Test Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	62
4.2.1.5	Karakteristik Responden Main Test Berdasarkan Domisili.....	63
4.3	Analisis Hasil Uji Validitas Main Test	63
4.4	Analisis Hasil Uji Reliabilitas Main Test	65
4.5	Analisis Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.5.1	Analisis Hasil Uji Normalitas	65
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.5.3	Uji Multikolinearitas	67
4.6	Analisis Uji Hipotesis	68
4.6.1	Analisis Uji Hipotesis Sub-Model 1	68
4.6.2	Analisis Hasil Uji Hipotesis Variabel Sub-Model 1	69
4.6.3	Analisis Uji Determinasi Sub-Model 1	71
4.6.4	Analisis Uji Hipotesis Sub-Model 2	71
4.6.5	Analisis Uji Determinasi Sub-Model 2.....	72
4.6.6	Analisis Uji Hipotesis Sub-Model 3.....	73
4.6.7	Analisis Hasil Uji Hipotesis Variabel Sub-Model 3	74
4.6.8	Analisis Uji Determinasi Sub-Model 3.....	75
4.7	Pembahasan Nilai Mean.....	77
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	86
5.2	Implikasi Manajerial	86
5.3	Keterbatasan Hasil Penelitian	88
5.4	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS		93
LAMPIRAN		