

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi.....	13
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	18
2.1.4 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	22
2.1.5 Tinjauan Tentang Minat Beli.....	27
2.2 Kerangka Pemikiran	30
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual	32

2.3 Hipotesis	36
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Operasionalisasi Variabel	43
3.5 Teknik Analisa Data	45
3.5.1 Uji Validitas.....	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	48
3.5.3 Uji Statistik Penelitian.....	49
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
3.6.1 Lokasi	50
3.6.2 Waktu Penelitian.....	50
BAB IV.....	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	52
4.2 Karakteristik Responden.....	55
4.3 Analisis Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas.....	58
4.3.1 Uji Validitas (<i>Validity</i>)	58
4.3.2 Uji Reliabilitas (<i>Reliability</i>).....	58
4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	70
4.5.1. Analisis Regresi Linier Sederhana <i>Context</i> (Isi pesan) (X_1) dengan Minat Beli (Y)	72
4.5.2. Analisis Regresi Linier Sederhana <i>Communication</i> (<i>Komunikasi</i>) (X_2) dengan Minat Beli (Y).....	74
4.5.3. Analisis Regresi Linier Sederhana <i>Collaboration</i> (<i>Kerja sama</i>) (X_3) dengan Minat beli (Y).....	76
4.5.4. Analisis Regresi Linier Sederhana <i>Connection</i> (<i>Hubungan</i>) (X_4) dengan Minat beli (Y)	79
4.5.5. Analisis Regresi Linier Sederhana Media Sosial (X) dengan Ketertarikan (Y ₁)	81

4.5.6.	Analisis Regresi Linier Sederhana Media Sosial (X) dengan Keinginan (Y ₂)	83
4.5.7.	Analisis Regresi Linier Sederhana Gaya Komunikasi (X) dengan Efektivitas Karyawan (Y ₃).....	86
4.5.8.	Analisis Regresi Linier Sederhana Media Sosial (X) dengan Minat Beli (Y)	88
4.5.9.	Pembahasan	90
BAB V	101
KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1.	Kesimpulan.....	101
5.2.	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Jumlah Followers @Wildstore	40
Tabel 3.2 Jumlah Responden	42
Tabel 3.3 Oprasionalisasi Variabel X	44
Tabel 3.4 Oprasionalisasi Variabel Y	45
Tabel 3.5 Skoring Skala Likert.....	46
Tabel 4.5 Kategori Interpretasi Skor	46
Tabel 3.6 Waktu Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Context (Isi Pesan)	62
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Communication (Komunikasi) 63	
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Collaboration (Kerja Sama) ...	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Connection (Hubungan)	65
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pengaruh Media Sosial (X)	65
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan	67
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan.....	68
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan.....	69
Tabel 4.13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli (Y)	69
Tabel 4.14 Regresi Linier Sederhana X1-Y	72
Tabel 4.15 Regresi Linier Sederhana X2-Y	74
Tabel 4.16 Regresi Linier Sederhana X3-Y	76

Tabel 4.17 Regresi Linier Sederhana X4-Y	79
Tabel 4.18 Regresi Linier Sederhana X-Y1	81
Tabel 4.19 Regresi Linier Sederhana X-Y2	83
Tabel 4.20 Regresi Linier Sederhana X-Y3	85
Tabel 4.21 Regresi Linier Sederhana X-Y	88
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Analisa Hipotesis	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase pengguna platform media sosial	3
Gambar 1.2 Ringkasan pengguna instagram	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Wildstore.....	53
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Pengaruh Media Sosial (X)	66
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel Minat Beli (Y)	70
Gambar 4.4 Kurva Distribusi X1-Y	73
Gambar 4.5 Kurva Distribusi X2-Y	75
Gambar 4.6 Kurva Distribusi X3-Y	77
Gambar 4.7 Kurva Distribusi X4-Y	80
Gambar 4.8 Kurva Distribusi X-Y1	82
Gambar 4.9 Kurva Distribusi X-Y2	84
Gambar 4.10 Kurva Distribusi X-Y3	86
Gambar 4.11 Kurva Distribusi X-Y	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengajuan Pendaftaran Sidang	106
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan	107
Lampiran 3 Kursioner Penelitian	108
Lampiran 4 Tabulasi Data	113
Lampiran 5 Contoh Kursioner	117
Dokumentasi.....	122
Daftar Riwayat Hidup	124