

DAFTAR ISI

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING	i
PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Guten Inc.....	1
1.1.2 Logo Guten Inc	2
1.1.3 Visi dan Misi Guten Inc	3
1.1.4 Produk Guten Inc	3
1.1.5 Hasil Penjualan Guten Inc	4
1.1.6 Struktur Organisasi	4
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Teori – Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Definisi Media Sosial.....	13
2.1.2 Manfaat Media Sosial	14
2.1.3 Macam – macam Media Sosial	15
2.1.4 Instagram	17
2.1.5 Iklan	24
2.1.6 Promosi	31

2.1.7	Brand Awareness	33
2.1.8	Keunggulan bersaing	34
2.2	Penelitian Terdahulu	38
2.3	Kerangka Pemikiran	39
2.4	Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Karakteristik Penelitian.....	42
3.2	Alat Pengumpulan Data	43
3.2.1	Operasional Variabel	43
3.3	Tahapan Penelitian.....	47
3.4	Populasi dan Sampel.....	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel	51
3.4.3	Teknik Sampling.....	52
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	52
3.5.1	Jenis Data.....	52
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	54
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	56
3.7.1	Method of Succesive Interval (MSI).....	57
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	58
3.7.4	Uji F	59
3.7.5	Koefisien Determinasi (R²)	59
3.7.6	Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	59
BAB IV		62
HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Demografis Responden	62
4.2	Hasil dan Pembahasan Variabel.....	62
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X1) yang dilakukan Guten Inc pada Media Sosial Instagram	62
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Iklan (X2) yang dilakukan oleh Guten Inc pada Media Sosial Instagram	64
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness (X3) yang dilakukan oleh Guten Inc pada Media Sosial Instagram	66

4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Bersaing (Y) yang dilakukan oleh Guten Inc pada Media Sosial Instagram.....	68
4.3	Uji Asumsi	70
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas	70
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	71
4.3.3	Hasil Uji Asumsi Multikoleniaritas	72
4.4	Uji Hipotesis	73
4.4.1	Uji Hipotesis 1	73
4.4.2	Uji Hipotesis 2	75
4.4.3	Uji Hipotesis 3	76
4.4.4	Uji Hipotesis 4	79
BAB V	83
KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88