

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB 1</b>	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis.....	10
1.6 Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	10
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
1.8 Tahapan dan Waktu Penelitian.....	11
1.9 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Jurnal dan Skripsi.....	14
2.2 Tinjauan Teori dan Konsep.....	22
2.2.1 Komunikasi dan Model S-R.....	23
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	25
2.2.3 Fungsi Strategi Pemasaran.....	25
2.2.4 Tujuan Strategi Pemasaran.....	26
2.2.5 Konsep Strategi Pemasaran.....	26
2.2.7 Instagram.....	32
2.2.8 Respon Khalayak.....	33

2.2.9 Teori Hierarchy of Effects Models.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian.....	39
2.5 Kerangka Pemikiran.....	39

### BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Jenis Penelitian.....	42
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	43
3.3.1 Subjek Penelitian.....	43
3.3.2 Objek Penelitian.....	43
3.4 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	43
3.4.1 Operasionalisasi Variabel.....	43
3.4.2 Skala Pengukuran.....	46
3.5 Populasi dan Sampel.....	48
3.5.1 Populasi.....	48
3.5.2 Sampel.....	48
3.6 Pengumpulan Data.....	50
3.6.1 Jenis Data.....	50
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.7 Uji Validitas dan Realibitas.....	51
3.7.1 Uji Validitas.....	51
3.7.2 Uji Realibitas.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.8.2 Method of Successive Interval (MSI).....	57
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.8.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	59
3.8.5 Uji Hipotesis (Uji T).....	59
3.8.6 Koefisien Determinasi .....	60

### BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data.....	61
4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden.....	62
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Sosial Media Marketing.....	64
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Respon Khalayak.....	75
4.3 Hasil Analisis Verifikatif.....	84
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.3.2 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	88
4.3.3 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	90
4.3.4 Determinasi.....	91

4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Sosial Media Marketing.....	92
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Respon Khalayak.....	94
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	97
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	102