

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Tugas Akhir	8
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Literatur	11
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Kerangka Kerja.....	37
2.2.2 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	40

3.1.1 Operasionalisasi Variabel.....	40
3.1.2 Tahapan Penelitian	46
3.1.3 Populasi dan Sampel	47
3.1.4 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	48
3.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.1.6 Teknik Analisis Data	52
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL.....	64
4.1 Pengumpulan Data	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Instagram Dalam Sehari	66
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Instagram di Civitas Akademika TUP Yang Paling Sering Memberikan Informasi/Konten Tentang Program studi S1 Bisnis Digital TUP.....	67
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Responden Mengakses Informasi/Konten Tentang Program studi S1 Bisnis Digital TUP Pada Akun Instagram Yang Sudah Dipilih	68
4.2 Pengolahan Data.....	69
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	69
4.2.2 Analisis SEM PLS (<i>Structural Equation Modelling Partial Least Square</i>)	78
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.3.1 Pengaruh <i>social media marketing</i> terhadap keputusan pemilihan program studi S1 Bisnis Digital Telkom University Purwokerto.....	97
4.3.2 Pengaruh <i>social media marketing</i> terhadap <i>brand image</i>	98

4.3.3 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pemilihan program studi S1 Bisnis Digital Telkom University Purwokerto.....	98
4.3.4 Pengaruh <i>social media marketing</i> terhadap keputusan pemilihan program studi S1 Bisnis Digital Telkom University Purwokerto yang dimediasi oleh <i>brand image</i>	99
4.4 Verifikasi Hasil	99
4.5 Analisis Implementasi	100
4.6 Implikasi Tugas Akhir.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
DAFTAR LAMPIRAN	108