

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat.....	9
BAB II	
KAJIAN TEORETIS DAN METODOLOGI PENULISAN.....	11
A. Kajian Teoritis.....	11
B. Kerangka Berpikir	26
C. Metodologi Penelitian	27
BAB III	
PEMBAHASAN PENGARUH <i>SOCIAL MEDIA MARKETING</i> MELALUI INSTAGRAM TERDAHAP MINAT BELI KEDAI KOPI KULO	39
A. Analisis Data	39
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Rekap Penelitian Terdahulu	25
Tabel II.2	Krikteria Penilaian Kuesioner	30
Tabel III.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel III.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	40
Tabel III.3	Uji Validitas	43
Tabel III.4	Uji Reliabilitas	44
Tabel III.5	Analisis Statistik Deskriptif <i>Variabel Social Media Marketing</i>	45
Tabel III.6	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	55
Tabel III.7	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	63
Tabel III.8	Tabel ANOVA	64
Tabel III.9	Tabel <i>Coefficients</i>	65
Tabel III.10	<i>Model Summary</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar I.2	<i>Social media</i> Yang Paling Banyak di Gunakan	5
Gambar I.3	Umur Pengguna <i>Social media</i>	7
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	27
Gambar III.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar III.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	41
Gambar III.3	Grafik Analisis Regresi Linier	57
Gambar III.4	Uji Normalitas Plot	62

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Responden Variabel X dan Y
Lampiran 3	Hasil Perhitungan SPSS