

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Internet Marketing.....	6
2.1.1 Sejarah Internet Marketing	6
2.1.2 Tujuan Internet Marketing	7
2.1.3 Komponen Internet Marketing	7
2.1.3.1 Proses	7
2.1.3.2 Membangun dan Mempertahankan Hubungan Dengan Konsumen	8

2.1.3.3 Online	8
2.1.3.4 Pertukaran	8
2.1.3.5 Pemenuhan Kepuasan Kebutuhan Kedua Belah Pihak	8
2.2 Minat Beli (Purchase Intention)	9
2.2.1 Definisi	9
2.2.2 Aspek-aspek minat beli	9
2.2.3 Jenis dan Tingkatan Minat Beli	11
2.2.4 Tahapan Minat Beli	12
2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Minat	13
2.3 Media Sosial	14
2.3.2 Karakteristik Media Sosial	14
2.4 Instagram	16
2.5 Kerangka Pikir	20
BAB III: METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Tempat dan waktu peneltian	23
3.3 Variabel dan Pengukurannya	24
3.3.1 Variabel	24
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	27
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i> Penelitian	28

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Instrumen Penelitian.....	29
3.5.1.1 Survey Kuesioner.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV: ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Klean Bowl.....	33
4.2 Deskripsi Data Responden.....	35
4.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	35
4.2.2 Responden Menurut Usia.....	35
4.3 Respon Terhadap Instagram Marketing.....	36
4.4 Respon Terhadap Minat Beli.....	44
4.5 Pengaruh Instagram Marketing Terhadap Minat Beli.....	52
4.6 Pembahasan.....	53
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1. Kesimpulan.....	56
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61