

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	15
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	18
2.1 Administrasi Bisnis	18
2.2 Pemasaran.....	19
2.3 Manajemen Pemasaran.....	20
2.4 <i>Social Media</i>	21
2.4.1 Pengertian <i>Social Media</i>	21
2.4.2 Fungsi Media Sosial.....	22
2.4.3 Karakteristik Media Sosial.....	23
2.5 Instagram	23
2.6 Social Media Marketing	24

2.6.1	Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	24
2.6.2	Indikator Dalam <i>Social Media Marketing</i>	25
2.7	Minat Beli.....	29
2.7.1	Pengertian Minat Beli	29
2.7.2	Indikator Minat Beli.....	30
2.8	Penelitian Terdahulu.....	31
2.9	Kerangka Pemikiran	33
2.10	Hipotesis.....	36
BAB III		37
METODE PENELITIAN		37
3.1	Metode Penelitian.....	37
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	38
3.1.2	Metode Penelitian Yang Digunakan	39
3.2	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	39
3.2.1	Variabel Penelitian	39
3.2.2	Operasional Variabel.....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1	Data Primer	42
3.3.2	Data Sekunder	46
3.4	Teknik Analisis Data	46
3.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
3.4.2	Analisis Data	48
3.4.3	Uji Hipotesis	50
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Goodscelta	53
4.2	Visi dan Misi Goodscelta	54
4.3	Pelaksanaan <i>Social Media Marketing</i> Pada Goodscelta.....	55
4.3.1	Online Communities	56
4.3.2	<i>Interaction</i>	59
4.3.3	<i>Sharing Of Content</i>	63
4.3.4	<i>Accesibility</i>	66

4.3.5	Credibility	68
4.3.6	Analisis Skor Variabel <i>Social Media Marketing</i> Pada Goodscelta.	71
4.4	Minat Beli Konsumen Pada Produk Merek Goodscelta.....	74
4.4.1	Minat Transaksional.....	74
4.4.2	Minat Referensial	76
4.4.3	Minat Preferensial	77
4.4.4	Minat Eksploratif	79
4.4.5	Analisis Skor Variabel Minat Beli Pada Goodscelta	81
4.5	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	85
4.5.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	85
4.5.2	Analisis Data	88
4.6	Hambatan Yang Dihadapi Goodscelta Dalam Implementasi <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	95
4.7	Upaya-Upaya Yang Dilakukan Untuk Mengatasi Hambatan-Hambatan Pada Goodscelta.	96
BAB V		98
KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran.....	100
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	100
5.2.2	Bagi Pembaca Dan Peneliti Selanjutnya.....	101
DAFTAR PUSTAKA		102