

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN DEDIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	12
1.3    Tujuan Penelitian .....	12
1.4    Kegunaan Penelitian .....	13
1.4.1    Kegunaan teoritis .....	13
1.4.2    Kegunaan Praktis .....	13
1.5    Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	14
1.5.1    Lokasi.....	14
1.5.2    Lamanya Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>16</b>
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	16
2.1.1    Administrasi Bisnis.....	16
2.1.2    Pemasaran .....	18
2.1.3    Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.4    Bauran Pemasaran.....	20

2.1.5	<i>Digital Marketing</i> .....	21
2.1.6	Sosial Media Instagram.....	22
2.1.7	<i>Social Media Marketing</i> .....	23
2.1.8	Indikator <i>social media marketing</i> .....	24
2.1.9	Minat Beli .....	25
2.1.10	Indikator Minat Beli.....	26
2.1.11	Faktor yang mempengaruhi Minat Beli .....	27
2.2	Penelitian Terdahulu .....	28
2.3	Kerangka Pemikiran.....	31
2.4	Hipotesis Penelitian .....	34
2.5	Hipotesis Statistik .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Metode Penelitian .....	36
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	36
3.1.2	Metode Penelitian yang digunakan .....	37
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	38
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.2.1	Data Primer .....	41
3.2.2	Data Sekunder .....	45
3.3	Teknik Analisis Data.....	46
3.3.1	Uji Validitas Instrumen .....	47
3.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen .....	48
3.3.3	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	49
3.3.4	Analisis Korelasi Rank Spearman.....	50
3.3.5	Analisis Koefisien Determinasi .....	52
3.3.6	Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>55</b>
4.1	Gambaran Umum UMKM Gallery Rajut .....	55
4.1.1	Visi dan Misi UMKM Gallery Rajut .....	57
4.1.2	Struktur Organisasi UMKM Gallery Rajut.....	57
4.1.3	Uraian Tugas UMKM Gallery Rajut.....	58

4.1.4	Karakteristik Responden di Sosial Media Instagram .....	62
4.2	Pelaksanaan <i>Social Media Marketing</i> dan Kondisi Minat Beli Konsumen pada UMKM Gallery Rajut .....	64
4.2.1	<i>Social Media Marketing</i> .....	65
4.2.2	Analisis Skor Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	94
4.2.3	Minat Beli Konsumen .....	98
4.2.4	Analisis Skor Variabel Minat Beli Konsumen .....	113
4.3	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Gallery Rajut .....	117
4.3.1	Uji Instrumen Penelitian .....	117
4.3.2	Analisis Data .....	121
4.4	Hambatan dan Upaya yang dihadapi UMKM Gallery Rajut dalam Implementasi <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	129
4.4.1	Hambatan yang dihadapi UMKM Gallery Rajut .....	129
4.4.2	Upaya yang dilakukan UMKM Gallery Rajut .....	130
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>132</b>
5.1	Kesimpulan .....	132
5.2	Saran .....	135
5.2.1	Saran Bagi UMKM Gallery Rajut .....	135
5.2.2	Saran Bagi Pembaca Dan Peneliti Selanjutnya .....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>139</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>141</b>