

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Administrasi	12
2.1.2 Administrasi Bisnis	12
2.1.3 Pemasaran.....	13
2.1.4 Bauran Pemasaran	14
2.1.5 Media Sosial Marketing	15
2.1.6 Indikator Media Sosial Marketing Instagram.....	16
2.1.7 Keputusan Pembelian	17

2.1.8	Proses Keputusan Pembelian	17
2.1.9	Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Pemikiran.....	20
2.4	Hipotesis.....	23
BAB III METODE DAN OBYEK PENELITIAN		25
3.1	Metode Penelitian.....	25
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	25
3.1.2	Metode Penelitian.....	26
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	26
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data	29
3.1.5	Teknik Analisis Data	34
3.1.6	Uji Validitas Instrumen.....	34
3.1.7	Uji Reliabilitas Instrumen	35
3.1.8	Analisis Korelasi Rank Spearman	36
3.1.9	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	36
3.1.10	Analisa Koefisien Determinasi.....	37
3.1.11	Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1	Sejarah Singkat Kopi Kenangan	39
4.1.2	Visi dan Misi	40
4.1.3	Struktur Perusahaan dan Uraian Tugas Kopi Kenangan	40
4.1.3	Karakteristik Responden	45
4.2	Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan Kondisi Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kopi Kenangan.....	48
4.2.1	Pelaksanaan Promosi Melalui Instagram Kopi Kenangan	48
4.2.2	Kondisi Keputusan Pembelian Kopi Kenangan.....	67
4.2.3	Analisis Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	80

4.3 Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan.....	83
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi Melalui Media Sosial Instagram.....	83
4.3.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Kepuasan Pembelian	85
4.3.3 Analisis Data	87
4.4 Hambatan Serta Upaya Kopi Kenangan Untuk Mengatasi Hambatan terhadap Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.5 Jadwal Penelitian	11
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Keputusan Pembelian	19
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	28
Tabel 3. 2 Skala Likert	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Konten Yang Disajikan.....	50
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan diingat Konten.....	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Cara Menginformasikan Produk Kopi Kenangan	53
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Konten yang Mampu Memenuhi Kebutuhan	T55
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Merespon Promosi	57
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Konten yang Relevan	59
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Tawaran Promo Menarik.....	61
Tabel 4.11 Konten yang Mendorong untuk Melakukan Pembelian.....	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Konten dengan Bahasa yang Kreatif dan Menarik	64
Tabel 4.13 Resume Jawaban Kuesioner Variabel X.....	65
Tabel 4.14 Nilai Bobot Standar Variabel X.....	66
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Konten Membeli Produk Sesuai Keinginan dan Kebutuhan.....	68
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Memilih Produk Karena Harga dan Kualitas	69
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Tertarik Kembali Setelah Melihat Informasi dari Instagram.....	71
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Membeli setelah Membandingkan dengan Toko Lain.....	72

Tabel 4.19 Informasi Yang Disediakan Oleh Kopi Kenangan Membantu Konsumen Memilih Menu Yang Enak	73
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai membeli produk Kopi Kenangan setelah melihat review konsumen di Instagram	75
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sesuai dengan Harga dan Kualitas	76
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sesuai dengan Keinginan Konsumen	77
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Membeli Produk	78
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Melakukan Pembelian Produk Secara Berulang	80
Tabel 4.25 Resume Jawaban Kuesioner Variabel Y (Keputusan Pembelian)	81
Tabel 4.26 Nilai Bobot Standar Variabel Y	82
Tabel 4.27 Hasil Analisis Validitas Item Variabel X	83
Tabel 4.28 Reliabilitas Variabel X.....	85
Tabel 4.29 Hasil Analisis Validitas Item Variabel Y	86
Tabel 4.30 Realibilitas Variabel Y	87
Tabel 4.31 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	88
Tabel 4.32 Hasil Uji Hipotesis	89
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman	90
Tabel 4.34 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laman Media Sosial Instagram Kopi Kenangan	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Pradigma	25
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan	41
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Y	82
Gambar 4.3 Pradigma Hasil Penelitian	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	111
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	113
Lampiran 3. Uji Validitas Variabel X	117
Lampiran 4. Uji Validitas Variabel Y	119
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Variabel X	122
Lampiran 6. Uji Reliabilitas Variabel Y	122
Lampiran 7. Uji Determinasi	123
Lampiran 8. Uji Regresi	123
Lampiran 9. Uji Hipotesis	123
Lampiran 10. Uji Spermien	124