

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis.....	6
1.7 Sistematika Penelitian.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.1 Teori S – O – R.....	9
2.3 Brand Image.....	10

2.4 Cyber Public Relation	10
2.4.1 Manfaat Media Internet Bagi Pelaku Public Relations	11
2.5 Teori Konten Media Sosial	12
2.5.1 Dimensi dan Indikator Konten Social Media.....	13
2.6 Media Sosial <i>Instagram</i>	14
2.7 Teori Minat Beli.....	15
2.7.1 Dimensi dan Indikator Minat Beli	16
2.8 Operasional Variabel.....	16
2.9 Kerangka Pikir	19
2.10 HIPOTESIS	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.3 Jenis Penelitian.....	22
3.4 Jenis Data	22
3.5 Bahan Penelitian	22
3.6 Instrumen Penelitian.....	23
3.7 Sumber Data.....	23
3.7.1 Populasi	23
3.7.2 Sampel.....	23
3.8 Teknik Sampling	24
3.9 Teknik Pengambilan Data	25
3.10 Validitas dan Realibitas	25
3.10.1 Validitas	25
3.10.2 Realibitas	26
3.11 Teknik Analisis Data	27

3.12 Uji Normalitas.....	27
3.13 Analisis Korelasi.....	28
3.14 Koefisien Determinasi	28
3.15 Uji Regresi Linear Sederhana	29
3.16 Pengujian Hipotesis (Uji T)	30
BAB IV HASIL PENELITIAN	31
4.1 Gambaran Umum The Harvest Cakes	31
4.2 Data Hasil Responden.....	31
4.2.1 Identitas Responden	31
4.2.2 Data Hasil Penelitian Variabel X (Konten Instagram)	32
4.2.3 Data Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Beli Followers)	37
4.3 Analisis Data Statistik.....	40
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Realibitas	41
4.3.3 Analisis Data Deskriptif.....	42
4.3.4 Hasil Nilai Mean Variabel X.....	43
4.3.5 Hasil Nilai Mean Variabel Y.....	44
4.3.6 Uji Normalitas.....	44
4.3.7 Koefisien Korelasi	45
4.3.8 Uji Koefisien Determinasi	45
4.3.9 Uji Regresi Linear Sederhana	46
4.3.10 Uji T Hipotesis.....	46
BAB V PEMBAHASAN	48
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	48
5.2 Penelitian Terdahulu	49
BAB VI PENUTUP	52

6.1 Kesimpulan.....	52
6.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Tabel Operasional Variable.....	18
Tabel 4. 1 Kelompok Usia Responden.....	32
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4. 3 Informasi mengenai variasi cake sesuai dengan kebutuhan informasi .	32
Tabel 4. 4 Informasi yang disampaikan mampu menggambarkan keunggulan	33
Tabel 4. 5 Instagram story, foto dan video jelas dan mudah dipahami	33
Tabel 4. 6 Pemilihan caption sesuai dengan konten yang disampaikan.....	33
Tabel 4. 7 Menyampaikan informasi yang ringkas, rinci dan lengkap	34
Tabel 4. 8 Menyampaikan informasi dengan penggunaan kata yang menarik	34
Tabel 4. 9 Foto dalam akun instagram @harvestcakes merupakan foto asli	34
Tabel 4. 10 Menyampaikan informasi terbaru mengenai produknya.....	35
Tabel 4. 11 informasi yang disampaikan mengenai produk secara logis	35
Tabel 4. 12 Informasi yang disampaikan mengenai produk tidak berlebihan.....	35
Tabel 4. 13 Memberikan informasi mengenai retail tempat pembelian.....	36
Tabel 4. 14 Memberikan informasi yang lengkap.....	36
Tabel 4. 15 Selalu berempati dalam setiap perayaan hari raya	36
Tabel 4. 16 Dapat mengetahui produk apa saja yang di perjual belikan.....	37
Tabel 4. 17 Informasi pada konten yang di berikan menarik perhatian followers.	37
Tabel 4. 18 Followers memberikan tanda "suka/love" pada setiap konten	37
Tabel 4. 19 Mencari informasi lebih banyak dengan memberikan komentar	38
Tabel 4. 20 Menjadikan @harvestcakes sebagai salah satu pilihan brand kue	38
Tabel 4. 21 Konten yang di unggah menarik minat	38
Tabel 4. 22 Followers membagikan atau share postingan konten instagram.....	39
Tabel 4. 23 Mempengaruhi untuk merekomendasi produk.....	39
Tabel 4. 24 Pemasaran konten membuat followers tertarik untuk membeli	39
Tabel 4. 25 Pemasaran konten membuat followers yakin untuk membeli.....	40
Tabel 4. 26 Uji Validitas variabel X (Konten Sosial Media Instagram)	40
Tabel 4. 27 Uji Validitas variabel Y (Minat Beli Followers).....	41
Tabel 4. 28 Uji Reliabilitas variabel X (Konten social media instagram).....	41
Tabel 4. 29 Uji Reliabilitas variabel Y (Minat Beli Followers).....	42

Tabel 4. 30 Rentang Persentase.....	42
Tabel 4. 31 Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif.....	42
Tabel 4. 32 Nilai Mean Variabel X.....	43
Tabel 4. 33 Nilai Mean Variabel Y.....	44
Tabel 4. 34 Uji Normalitas Kolmogorov.....	44
Tabel 4. 35 Koefisien Korelasi (SPSS 26).....	45
Tabel 4. 36 Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4. 37 Regresi Linear Sederhana	46
Tabel 4. 38 Uji Hipotesis	46
Tabel 5. 1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	50

Universitas
Esa Unggul

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 17