

Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
SURAT PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VI
DAFTAR BAGAN	IX
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Stimulus - Organism - Respons (S - O - R)	12
2.3 Landasan Konseptual	14
2.3.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (Intergrated Marketing Communication)	14
2.3.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Intergrated Marketing Communication)	14
2.3.3 Sosial Media	16
2.3.4 Fungsi Sosial Media	16
2.3.5 Sosial Media Marketing	16
2.3.6 Instagram	17
2.3.7 Minat Beli	17
2.3.8 Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	17
2.3.9 Indikator Minat Beli	19
2.3.10 Pengertian Kerajinan Bambu	19
2.4 Kerangka Pemikiran	20
2.5 Hipotesis	20
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Paradigma Penelitian	22
3.3 Metode Penelitian	23
3.4 Objek Penelitian	23
3.5 Sumber Data	24
3.5.1 Populasi	24
3.5.2 Sampel	24
3.6 Definisi Operasional Variabel	26
3.6.1 Variabel Bebas	26
3.6.2 Variabel Terikat	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7.1 Data Primer	29
3.7.2 Data Sekunder	30
3.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji reliabilitas	33
BAB IV	37

HASIL PENELITIAN	37
4.1 Gambaran Umum Topibambu	37
4.2 Data Hasil Penelitian	38
4.2.1 Identitas Responden	38
4.2.2 Data Hasil Penelitian Variabel X (Komunikasi Pemasaran Terpadu)	39
4.2.3 Data Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Beli)	41
4.3 Analisis Data Statistik	45
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	45
4.3.2 Hasil Nilai Mean	46
4.3.3 Uji Normalitas Data	47
4.3.4 Koefisien Korelasi	47
4.3.5 Regresi Linear Sederhana	50
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi	51
4.3.7 Uji Hipotesis (Uji t)	52
BAB V	54
PEMBAHASAN	54
5.1 Pembahasan	54
5.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	56
BAB VI	59
PENUTUP	59
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64
KUISIONER PENELITIAN	65