

## DAFTAR ISI

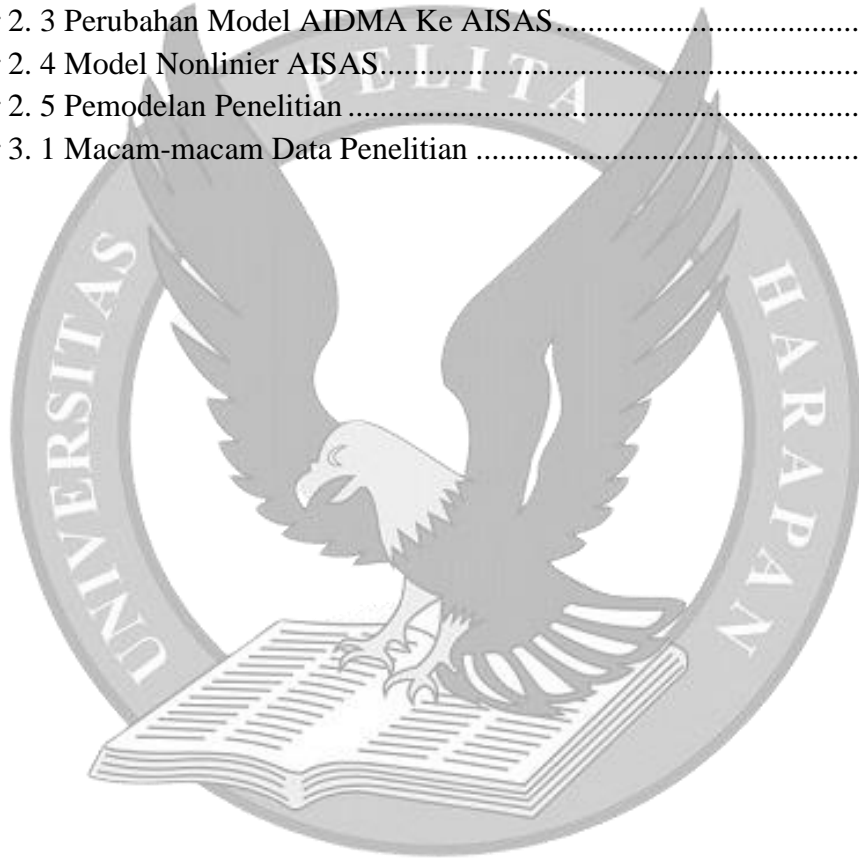
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Permasalahan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah/Fokus Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.1 Waktu Dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5 Signifikasi Penelitian .....</b>	<b>21</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1 Teori SOR .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2 Komunikasi .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.1 Definisi Komunikasi .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.2 Elemen Dalam Proses Komunikasi .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 Pemasaran .....</b>	<b>29</b>
<b>2.4 Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>31</b>
<b>2.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>31</b>
<b>2.4.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>33</b>
<b>2.5 Produk .....</b>	<b>35</b>
<b>2.5.1 Definisi Produk .....</b>	<b>35</b>
<b>2.5.2 Kategori Produk .....</b>	<b>36</b>
<b>2.5.3 Tingkatan Produk .....</b>	<b>41</b>
<b>2.6 Atribut Produk .....</b>	<b>43</b>
<b>2.6.1 Definisi Atribut Produk .....</b>	<b>43</b>
<b>2.6.2 Unsur-unsur Atribut Produk .....</b>	<b>44</b>
<b>2.7 Merek .....</b>	<b>46</b>
<b>2.7.1 Definisi Merek .....</b>	<b>46</b>
<b>2.7.2 Fungsi Merek .....</b>	<b>47</b>
<b>2.7.3 Unsur-Unsur Merek .....</b>	<b>49</b>
<b>2.7.4 Tujuan Merek .....</b>	<b>49</b>
<b>2.8 Citra Merek .....</b>	<b>52</b>
<b>2.8.1 Definisi Citra Merek .....</b>	<b>52</b>
<b>2.8.2 Tingkatan Citra Merek (X) .....</b>	<b>53</b>
<b>2.8.3 Unsur Citra Merek .....</b>	<b>53</b>
<b>2.8.4 Manfaat Citra Merek .....</b>	<b>55</b>
<b>2.9 Harga .....</b>	<b>56</b>
<b>2.9.1 Definisi Harga .....</b>	<b>56</b>

2.9.2	Pembentukan Harga (X) .....	57
2.10	Kualitas Produk .....	58
2.10.1	Definisi Kualitas Produk .....	58
2.10.2	Indikator Kualitas Produk (X) .....	59
2.11	Media Sosial .....	61
2.11.1	Definisi Media Sosial .....	61
2.11.2	Karakteristik Media Sosial .....	62
2.11.3	Strategi Media Sosial .....	64
2.11.4	Dampak Media Sosial Dalam Bisnis .....	65
2.11.5	Dampak Positif Media Sosial Dalam Bisnis .....	65
2.11.6	Dampak Negatif Media Sosial Dalam Bisnis .....	66
2.11.7	Instagram .....	67
2.12	Perilaku Konsumen .....	68
2.12.1	Definisi Perilaku Konsumen .....	68
2.12.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	70
2.13	Model AISAS .....	73
2.13.1	Model AISAS .....	73
2.13.2	AIDMA Ke AISAS .....	76
2.13.3	AISAS Sebagai Model Nonlinier .....	78
2.14	Generasi Milenial .....	79
2.14.1	Masa Remaja Akhir .....	80
2.14.2	Masa Dewasa awal .....	81
2.15	Pemodelan Penelitian .....	82
<b>BAB III</b>	.....	<b>84</b>
3.1	Paradigma Atau Perspektif Penelitian .....	84
3.2	Metode Penelitian (Survei Deskriptif) .....	85
3.3	Sumber dan Pengambilan Data .....	86
3.3.1	Populasi dan Sampel .....	87
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	89
3.4	Unit Analisis .....	91
3.5.1	Definisi Operasional Variabel .....	92
3.5.2	Definisi Operasional Variabel Atribut Produk (X) .....	92
3.5.3	Definisi Operasional Variabel Perilaku Konsumen (Y) .....	92
3.5.4	Operasionalisasi Variabel .....	93
3.6	Validitas Dan Reliabilitas Penelitian .....	94
3.6.1	Uji Instrument Demografis .....	95
3.6.2	Uji Validitas .....	96
3.6.3	Uji Reliabilitas .....	100
3.7	Statistik Uji Dan Hipotesis Uji .....	102
3.7.1	Statistik Uji .....	102
3.7.2	Hipotesis Uji .....	103
3.8	Analisa Data .....	107
3.8.1	Regresi Linier Berganda .....	107
3.8.2	Uji t – Parsial .....	108

3.8.3	Koefisien Determinasi (R-Square) .....	109
<b>BAB IV</b>	.....	<b>110</b>
4.1	Uji Normalitas .....	110
4.2	Uji Linearitas .....	111
4.3	Profil Responden .....	112
4.3.1	Jawaban Responden .....	112
4.3.2	Jenis Kelamin .....	113
4.3.3	Usia .....	114
4.3.4	Jenjang Pendidikan .....	114
4.3.5	Pekerjaan .....	115
4.4	Analisa Deskriptif .....	116
4.4.1	Analisa Deskriptif Atribut Produk .....	116
4.4.2	Analisa Deskriptif Citra Merek .....	117
4.4.3	Analisa Deskriptif Harga .....	118
4.4.4	Analisa Deskriptif Kualitas Produk .....	119
4.4.5	Analisa Deskriptif Perilaku Konsumen .....	120
4.4.6	Analisa Deskriptif Perhatian .....	121
4.4.7	Analisa Deskriptif Minat .....	122
4.4.8	Analisa Deskriptif Mencari .....	123
4.4.9	Analisa Deskriptif Tindakan .....	124
4.4.10	Analisa Deskriptif Berbagi .....	125
4.5	Hasil Analisa Variabel .....	126
4.5.1	Variabel Atribut Terhadap Perilaku Konsumen .....	126
4.5.2	Variabel Citra Merek Terhadap AISAS .....	127
4.5.3	Variabel Harga Terhadap Variabel AISAS .....	131
4.5.4	Variabel Kualitas Produk Terhadap Variabel Perilaku Konsumen .....	134
4.6	Pembahasan .....	138
<b>BAB V</b>	.....	<b>142</b>
5.1	Kesimpulan .....	143
5.2	Saran .....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>144</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>A1</b>
	Lampiran A Pertanyaan Kuesioner .....	A1
	Lampiran B Kuesioner .....	2
	Lampiran C Pengujian Validitas .....	D
	Lampiran D Pengujian Reliabilitas .....	vi
	Lampiran E Nilai Uji Normalitas .....	viii
	Lampiran F Nilai Uji Linearitas .....	x
	Lampiran G Hasil Uji Analisa Deskriptif .....	H
	Lampiran H Hasil Analisa Variabel .....	xii
	Lampiran I Nilai R Square .....	xvi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial Di Instagram .....	3
Gambar 1. 2 Pengguna Instagram Di Indonesia.....	5
Gambar 1. 3 Tampilan Produk Scarlett Di Instagram.....	7
Gambar 1. 4 Tampilan Produk Scarlett Di Instagram.....	7
Gambar 2. 1 Elemen Proses Komunikasi.....	27
Gambar 2. 2 Lima Tingkatan Produk.....	43
Gambar 2. 3 Perubahan Model AIDMA Ke AISAS.....	77
Gambar 2. 4 Model Nonlinier AISAS.....	78
Gambar 2. 5 Pemodelan Penelitian .....	82
Gambar 3. 1 Macam-macam Data Penelitian .....	102



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Bobot Nilai Skala Likert .....	87
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	88
Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Uji Instrumen Berdasarkan Jawaban ...	91
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Uji Instrumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	91
Tabel 3. 5 Karakteristik Responden Uji Instrumen Berdasarkan Usia .....	91
Tabel 3. 6 Karakteristik Responden Uji Instrumen Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	91
Tabel 3. 7 Karakteristik Responden Uji Instrumen Berdasarkan Pekerjaan .	92
Tabel 3. 8 Uji Validitas Atribut Produk.....	92
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Atribut Produk .....	93
Tabel 3. 10 Uji Validitas Perilaku Konsumen .....	94
Tabel 3. 11 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen .....	95
Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Produk.....	97
Tabel 3. 13 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumen .....	97
Tabel 3. 14 Penggunaan Statistik Parametris .....	99
Tabel 4. 1 Uji Normalitas.....	106
Tabel 4. 2 Uji Linearitas.....	108
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jawaban .....	109
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	109
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	110
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	110
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	111
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Atribut Produk.....	112
Tabel 4. 9 Kategorisasi Variabel Atribut Produk.....	113
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	113
Tabel 4. 11 Kategorisasi Skor Variabel Citra Merek.....	114
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel Harga.....	114
Tabel 4. 13 Kategorisasi Skor Variabel Harga .....	115

Tabel 4. 14 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	115
Tabel 4. 15 Kategorisasi Skor Variabel Kualitas Produk .....	116
Tabel 4. 16 Deskriptif Variabel Perilaku Konsumen .....	116
Tabel 4. 17 Kategorisasi Skor Variabel Perilaku Konsumen.....	116
Tabel 4. 18 Deskriptif Variabel Perhatian.....	117
Tabel 4. 19 Kategorisasi Skor Variabel Perhatian .....	118
Tabel 4. 20 Deskriptif Variabel Minat .....	118
Tabel 4. 21 Kategorisasi Skor Variabel Minat.....	118
Tabel 4. 22 Deskriptif Variabel Mencari .....	119
Tabel 4. 23 Kategorisasi Skor Variabel Mencari .....	119
Tabel 4. 24 Deskriptif Variabel Tindakan.....	120
Tabel 4. 25 Kategorisasi Skor Variabel Tindakan .....	120
Tabel 4. 26 Deskriptif Variabel Berbagi .....	121
Tabel 4. 27 Kategorisasi Skor Variabel Tindakan .....	121
Tabel 4. 28 Signifikasi Variabel Produk Terhadap Perilaku Konsumen .....	122
Tabel 4. 29 Nilai R Square Variabel Produk Terhadap Perilaku Konsumen.....	123
Tabel 4. 30 Signifikasi Citra Merek Terhadap AISAS .....	124
Tabel 4. 31 Nilai R Square Variabel Citra Merek Terhadap AISAS .....	126
Tabel 4. 32 Nilai R Square Variabel Citra Merek Terhadap Variabel Perhatian, Minat, Mencari, Tindakan dan Berbagi .....	126
Tabel 4. 33 Signifikasi Harga Terhadap AISAS .....	128
Tabel 4. 34 Nilai R Square Variabel Harga Terhadap AISAS.....	129
Tabel 4. 35 Nilai R Square Variabel Harga Terhadap Variabel Perhatian, Minat, Mencari, Tindakan dan Berbagi .....	130
Tabel 4. 36 Signifikasi Kualitas Produk Terhadap AISAS.....	131
Tabel 4. 37 Nilai R Square Variabel Kualitas Produk Terhadap AISAS.....	133
Tabel 4. 38 Nilai R Square Variabel Kualitas Produk Terhadap Variabel Perhatian, Minat, Mencari, Tindakan dan Berbagi .....	133
Tabel 4. 39 Nilai R Square Variabel Kualitas Terhadap Variabel Perhatian, Minat, Mencari, Tindakan dan Berbagi .....	131

**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 4. 1 Hasil Uji Normalitas ..... 107



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Kuesioner.....	A1
Lampiran B Kuesioner.....	B1
Lampiran C Pengujian Validitas.....	C1
Lampiran D Pengujian Reliabilitas.....	D1
Lampiran E Nilai Uji Normalitas.....	E1
Lampiran F Nilai Uji Linearitas.....	F1
Lampiran G Hasil Uji Analisa Deskriptif.....	G1
Lampiran H Hasil Analisa Variabel.....	H1
Lampiran I Nilai R Square.....	I1

