

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Signifikasi Penelitian	6
1.4.1. Signifikasi Akademis	6
1.4.2. Signifikasi Praktis	7
1.4.3. Signifikasi Sosial	7
1.5. Kerangka Teori	7
1.5.1. Paradigma	7
1.5.2. <i>State of The Art</i>	8
1.5.3. Teori Penelitian	11

1.5.4. Kerangka Berfikir	24
1.6. Hipotesis	24
1.7. Definisi Konseptual	25
1.7.1. Promosi <i>Online</i>	25
1.7.2. <i>Brand Image</i>	25
1.7.3. Minat Beli	25
1.8. Definisi Operasional	26
1.8.1. Promosi <i>Online</i>	26
1.8.2. <i>Brand Image</i>	26
1.8.3. Minat Beli	27
1.9. Metode Penelitian	28
1.9.1. Jenis Penelitian	28
1.9.2. Populasi dan Sampel	29
1.9.2.1. Populasi	29
1.9.2.2. Sampel	29
1.9.3. Teknik Sampling	30
1.9.4. Jenis dan Sumber Data	31
1.9.4.1. Data Primer	31
1.9.4.2. Data Sekunder	31
1.9.5. Skala Pengukuran	32
1.9.6. Teknik Pengumpulan Data	32
1.9.7. Instrumen Penelitian	33
1.9.8. Teknik Analisis Data	33

BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1. Profil Alfie Shop	36
2.2. Struktur Alfie Shop	37
2.3. Visi dan Misi	37

2.3.1. Visi	37
2.3.2. Misi	38
2.4. Sejarah Singkat	38
2.5. Sistem Promosi Alfie Shop	39
2.6. Gambaran Umum <i>Followers</i> Alfie Shop	40
2.7. <i>Brand Image</i> Alfie Shop	40
2.8. Minat Beli <i>Followers</i> Alfie Shop	40
BAB III. TEMUAN PENELITIAN	
3.1. Identitas Responden	41
3.2. Promosi <i>Online</i>	42
3.3. <i>Brand Image</i>	49
3.4. Minat Beli	53
3.5. Interval Kelas	56
3.6. Tabel Silang	61
BAB IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1. Analisis Data	62
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.1.2. Uji Normalitas	65
4.2. Analisis Korelasi <i>Person Product Moment</i>	67
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Foto Profil Instagram Alfie Shop	4
2. Gambar 1.2 Halaman Instagram Alfie Shop	5
3. Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran	24
4. Gambar 2.1 Profil Instagram Alfie Shop	36
5. Gambar 2.2 Struktur <i>Online</i> Shop Alfie Shop	37
6. Gambar 2.3 Contoh <i>Caption</i> Produk Alfie Shop	39
7. Gambar 4.1 <i>Normal Plot Regression Standardized Residual</i>	66
8. Gambar 4.2 <i>Histogram</i>	66

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Persebaran persentase responden berdasarkan usia 41
2. Tabel 3.2 Persebaran Persentase responden mengenai promosi jilbab Alfie Shop cukup menarik 42
3. Tabel 3.3 Persebaran persentase responden mengenai bahasa promosi Alfie Shop pada *caption* di postingan instagram membuat saya ingin membeli produk tersebut 43
4. Tabel 3.4 Persebaran persentase responden bahwa mereka selalu mendapatkan informasi produk baru Alfie Shop di instagramnya 44
5. Tabel 3.5 Persebaran persentase responden bahwa informasi yang terdapat pada *caption* postingan produk Alfie Shop cukup lengkap 45
6. Tabel 3.6 Persebaran persentase responden tentang tercantum harga pada produk yang diposting di instagram Alfie Shop 46
7. Tabel 3.7 Persebaran persentase responden tentang mutu atau kualitas produk sesuai dengan yang dipromosikan di instagram 47
8. Tabel 3.8 Persebaran persentase responden tentang informasi varian warna jilbab Alfie Shop di instagram 47
9. Tabel 3.9 Persebaran persentase responden tentang terdapat informasi proses pembelian produk Alfie Shop di instagram 48
10. Tabel 3.10 Persebaran persentase responden bila mereka menggunakan jilbab Alfie Shop tingkat percaya diri mereka meningkat49
11. Tabel 3.11 Persebaran persentase responden tentang mereka cukup mempercayai Alfie Shop ketika akan membeli produknya 50
12. Tabel 3.12 Persebaran persentase responden tentang pendapat mereka Alfie Shop cukup terkenal dengan banyaknya jumlah *followers* di instagram 50
13. Tabel 3.13 Persebaran persentase responden tentang mereka cukup nyaman ketika menggunakan jilbab produk Alfie Shop 51
14. Tabel 3.14 Persebaran persentase responden tentang mereka akan terlihat *fashionable* atau modis ketika menggunakan jilbab Alfie Shop 52
15. Tabel 3.15 Persebaran persentase responden tentang produk jilbab Alfie Shop sudah memiliki label sendiri 52

16. Tabel 3.16 Persebaran persentase responden tentang mereka cukup <i>update</i> model jilbab terbaru dari Alfie Shop di instagram	53
17. Tabel 3.17 Persebaran persentase responden tentang mereka cukup tertarik dengan jilbab yang dipromosikan Alfie Shop di instagram	57
18. Tabel 3.18 Persebaran persentase responden mengenai mereka mempunyai keinginan membeli ketika melihat jilbab yang dipromosikan Alfie Shop di instagram	55
19. Tabel 3.19 Persebaran persentase responden tentang mereka suka merekomendasikan produk jilbab Alfie Shop kepada orang lain	56
20. Tabel 3.20 Variabel X1 (promosi <i>online</i>)	57
21. Tabel 3.21 Variabel X2 (<i>brand image</i>)	59
22. Tabel 3.22 Variabel Y (minat beli)	60
23. Tabel 3.23 Tabel silang	61
24. Tabel 4.1 Uji Validitas Promosi <i>Online</i>	63
25. Tabel 4.2 Uji Validitas <i>Brand Image</i>	64
26. Tabel 4.3 Uji Validitas Minat Beli	64
27. Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	65
28. Tabel 4.5 <i>Correlations</i>	69
29. Tabel 4.6 Makna Nilai <i>Product Moment</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

1. Matriks
2. Kuesioner
3. Tabel Induk
4. Nilai Tabel Induk
5. Korelasi Promosi *Online*
6. Korelasi *Brand Image*
7. Korelasi Minat Beli
8. *Reliability Statistics* Promosi *Online*
9. *Reliability Statistics* *Brand Image*
10. *Reliability Statistics* Minat Beli