

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>Halaman Persembahan</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Signifikansi Penelitian .....	6
1.5. Kerangka Teori.....	7
1.5.1. Paradigma .....	7
1.5.2. State Of The Art .....	8
1.5.3. Teori.....	9
1.6. Geometri Penelitian.....	14
1.7. Variabel Penelitian.....	15
1.8. Hipotesis Penelitian .....	16
1.9. Definisi Konseptual .....	16
1.9.2 Word Of Mouth.....	17
1.9.3. Minat Beli (Y).....	17
1.10. Definisi Operasional.....	18
1.11 Metodologi Penelitian .....	20
1.11.1 Tipe Penelitian .....	20
1.11.2. Populasi dan Sampel.....	21

1.11.2.1 Populasi.....	21
1.11.2.2 Sampel .....	21
1.12. Teknik Sampling .....	22
1.13. Jenis dan Sumber Data.....	22
1.13.1 Data Primer .....	22
1.13.2 Data Sekunder.....	23
1.13.3. Skala Pengukuran.....	23
1.13.4. Teknik Pengumpulan Data .....	23
1.13.5 Teknik Pengolahan Data .....	24
1.13.6. Analisis Data.....	25
1.13.7 Uji Validitas .....	26
1.14 Keterbatasan Penelitian.....	27
1.12. Matriks Penelitian.....	28
Tabel 1.1 Matriks .....	28
<b>BAB II .....</b>	<b>33</b>
2.1 Gambaran Umum Kota Pekalongan .....	33
Tabel 2.1 Nama & Luas Kecamatan Kota Pekalongan .....	36
2.2. Gambaran Umum Kecamatan Pekalongan.....	37
2.2.1. Geografis.....	37
Gambar 1.1 Peta Orientasi Kota Pekalongan.....	40
Gambar 1.2 Peta Administratif Kota Pekalongan .....	41
2.2.2 Demografi .....	41
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Kecamatan Pekalongan .....	42
2.3 Profil Elzatta .....	43
2.3.1 Visi Dan Misi Elzatta.....	44
2.3.2. Struktur Organisasi Elzatta.....	45
2.3.3. Produk-Produk Perusahaan .....	47
<b>BAB III.....</b>	<b>49</b>
3.1. Gambaran Umum Responden .....	49
3.1.1. Deskripsi Responden berdasarkan Umur .....	49
Tabel 3.1 Kategori Umur Responden.....	50

3.1.2. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden.....	51
3.2.Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
3.2.1. Instagram .....	51
Tabel 3.3 Persepsi Mengenai Frekuensi Mengakses Online Shop.....	52
Tabel 3.4 Frekuensi Mengakses Online Shop Instagram Dalam Seminggu .....	54
Tabel 3.5 Persepsi Mengenai Keaktifan Dalam Media Sosial Instagram .....	55
Tabel 3.6 Persepsi Mengenai Kebiasaan Membuka Online Shop Dalam Media Sosial Instagram .....	57
Tabel 3.7 Persepsi Mengenai Intensitas Pembelian Online.....	58
Tabel 3.8 Persepsi Mengenai Keuntungan Dan Kerugian Pembelian Online .....	60
Tabel 3.9 Persepsi Mengenai Preferensi Pembelian Online .....	61
Tabel 3.10 Persepsi Mengenai Kepuasan Pembelian Online.....	62
Tabel 3.11 Persepsi Mengenai Pencarian Informasi.....	64
Tabel 3.12 Persepsi Mengenai Promosi Melalui Instagram.....	65
Tabel 3.13 Persepsi Mengenai Instagram.....	67
3.2.2. Word of Mouth .....	67
Tabel 3.14 Persepsi Mengenai Informasi Produk Elzatta Kepada Orang Lain .....	68
Tabel 3.15 Persepsi Mengenai Rekomendasi Produk Elzatta Kepada Orang Lain.....	69
Tabel 3.16 Persepsi Mengenai Informasi Produk Elzatta Dari Orang Lain.....	70
Tabel 3.17 Persepsi Mengenai Diskusi Produk Elzatta Dengan Orang Lain .....	71
Tabel 3.18 Persepsi Mengenai Perbandingan Produk .....	72
Tabel 3.19 Persepsi Mengenai Instagram.....	74
3.2.3. Minat Beli.....	74
Tabel 3.20 Persepsi Mengenai Pertimbangan Kualitas Produk .....	75
Tabel 3.21 Persepsi Mengenai Ketertarikan Terhadap Produk .....	76
Tabel 3.22 Persepsi Mengenai Kualitas Produk Elzatta .....	77
Tabel 3.23 Persepsi Mengenai Instagram Dan WOM .....	78
Tabel 3.24 Persepsi Mengenai Keyakinan Atas Produk Elzatta .....	79
Tabel 3.25 Persepsi Mengenai Pembelian Produk Elzatta.....	80
Tabel 3.26 Persepsi Mengenai Keterjangkauan Harga Produk Elzatta .....	82
Tabel 3.27 Persepsi Mengenai Potongan Harga Produk Elzatta.....	83

Tabel 3.28 Persepsi Mengenai Diskon Harga Produk Elzatta .....	84
Tabel 3.29 Persepsi Mengenai Promosi Produk Elzatta.....	85
Tabel 3.30 Persepsi Mengenai Minat Beli.....	87
Tabel 3.31 Tabulasi silang Instagram dengan Minat Beli.....	88
Tabel 3.32 Tabulasi Silang Word Of Mouth Dengan Minat Beli .....	90
4.1. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen .....	92
4.1.1. Uji Validitas .....	92
Tabel 4.1.....	92
Hasil Pengujian Validitas .....	92
4.1.2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	94
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	95
4.2 Analisis Korelasi .....	95
4.2.1. Hubungan Promosi Instagram dengan Minat Beli.....	96
Tabel 4.3 Korelasi Antara Instagram Dengan Minat Beli .....	96
4.2.2. Hubungan Word of Mouth dengan Minat Beli .....	97
Tabel 4.4.....	97
4.3. Pembahasan.....	98
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>

