

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
BIOGRAFI PENULIS	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teoritis	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.2. Strategi Pemasaran.....	9
2.1.3. Promosi.....	11
2.1.4. Instagram	13
2.1.5. Kreativitas Iklan.....	14
2.1.6. <i>Brand Awareness</i>	16

2.1.7. Gaya Hidup	18
2.1.8. Minat Beli.....	20
2.1.9. <i>Partial Least Square</i>	21
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	26
2.4. Hipotesis	29
III.METODE PENELITIAN	30
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.2.1. Populasi	30
3.2.2. Sampel	30
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1. Data Primer	32
3.3.2. Data Sekunder	32
3.4. Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1. Wawancara.....	33
3.4.2. Dokumentasi	33
3.5. Metode Analisis Data.....	33
3.5.1. Analisis Deskriptif	33
3.5.2. Uji Instrumen	38
3.5.3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	39
3.5.4. Alat Analisis Model <i>Partial Least Square</i>	40
3.6. Definisi Operasional	40
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	43
4.1. Sejarah Perusahaan.....	43
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	44
4.3. Struktur Organisasi.....	45
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
5.1. Identitas Responden	49
5.1.1. Identitas Informan.....	49
5.1.2. Identitas Responden Konsumen	50
5.2. Jenis dan Harga Produk Browcyl	54

5.3. Kreativitas Iklan dan <i>Brand Awareness</i> Produk Browcyl di Media Sosial Instagram.....	55
5.3.1. Kreativitas Iklan di Media Sosial Instagram Browcyl	55
5.3.2. <i>Brand Awareness</i> di Media Sosial Instagram Browcyl	57
5.4. Kreativitas Iklan, <i>Brand Awareness</i> dan Gaya Hidup di Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Minat Beli Konsumen pada Produk Browcyl.....	58
5.4.1. Kreativitas Iklan Produk Browcyl di Media Sosial Instagram.....	58
5.4.2. <i>Brand Awareness</i> Produk Browcyl di Media Sosial Instagram	59
5.4.3. Gaya Hidup Konsumen (<i>Followers</i>) di Media Sosial Instagram Produk Browcyl	61
5.4.4. Tingkat Minat Beli Konsumen pada Produk Browcyl	63
5.5. Pengaruh Kreativitas Iklan, <i>Brand Awareness</i> dan Gaya Hidup di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Browcyl.....	65
5.5.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	65
5.5.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	74
6.1. Kesimpulan	74
6.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	82

