

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA ILMIAH.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Berpikir	6
F. Hipotesis	12
G. Penelitian Terdahulu	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran.....	19
1. Pengertian Media Sosial	19
2. Fungsi Media Sosial.....	20
3. Tujuan Media Sosial	21
4. Manfaat Media Sosial	23
5. Kategori Media Sosial.....	24
6. Pengertian Pemasaran	26
7. Fungsi dan Tujuan Pemasaran	27
8. Manfaat Pemasaran	29
9. Pengertian Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran	30
10. Indikator Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran	32
B. Minat Mahasiswa.....	36
1. Pengertian Minat.....	36
2. Faktor yang Meningkatkan Minat dan Menurunkan Minat	37

3. Teori Minat Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi	40
C. Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	45
B. Jenis dan Sumber Data	45
C. Teknik Pengumpulan Data.....	48
D. Teknik Analisis Data.....	50
E. Tempat dan Waktu Penelitian	61
BAB IV ASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Deskripsi Data	63
B. Pengujian Hipotesis Penelitian	65
C. Display Data Operasional Penggunaan Media Sosial di Universitas Muhammadiyah Bandung	75
D. Pembahasan Korelasi Signifikasi Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Terhadap Minat Mahasiswa dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi	77
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	96
RIWAYAT HIDUP.....	121