

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan Indonesia AirAsia	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan masalah	9
1.4 Pertanyaan penelitian.....	9
1.5 Tujuan penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Aspek Teoritis.....	10
1.6.2 Aspek Praktis	10
1.7 Ruang Lingkup penelitian	10
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	10
1.7.2 Waktu dan periode Penelitian	10
1.8 Sistematis Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN	13

2.1 Teori - Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 Konsep Promosi.....	14
2.1.4 Bauran Promosi.....	15
2.1.5 Social Media	16
2.1.6 Manfaat Social Media.....	17
2.1.7 Keputusan Pembelian	17
2.1.8 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.3 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Karakteristik Penelitian	27
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	28
3.3 Tahapan Pelaksanaan penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel	34
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	35
3.5.1 Sumber Data	35
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.3 Skala Pengukuran	36
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	41
3.7.1 Teknik Deskriptif.....	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	42
3.7.4 Uji Korelasi Parsial Sederhana	43
3.7.5 Pengujian Hipotesis	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	50
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Promosi AirAsia Indonesia Melalui Instagram	50
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.2.2 Analisis Verifikatif	60
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.3.1 Uji Normalitas	61
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.2.4 Persamaan Regresi Linier Sederhana	64
4.2.5 Analisis Koefisien Korelasi (R).....	66
4.2.6 Analisis Koefisien Determinasi (r^2).....	67
4.2.7 Pengujian Hipotesis (Uji t)	67
4.3 Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran Bagi Perusahaan	72
5.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75