

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Tiket.com.....	1
1.1.2 Visi dan Misi PT.Global Tiket Network atau Tiket.com	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Aspek Teoritis.....	11
1.6.2 Aspek Praktis.....	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	11
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Pengertian Promosi.....	13
2.1.2.1 Tujuan Promosi.....	14

2.1.2.2 Bauran Promosi	14
2.1.3 Pengertian Media Sosial	15
2.1.3.1 Pengertian Sosial Media Marketing	17
2.1.3.2 Indikator Media Sosial.....	18
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.4.1 Tahapan Keputusan Pembelian	19
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	21
2.1.5.1 Skripsi.....	21
2.1.5.2 Jurnal Nasional	23
2.1.5.3 Jurnal Internasional.....	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Karakteristik Penelitian.....	27
3.2 Alat Pengumpulan Data	28
3.2.1 Operasional Variabel	28
3.2.2 Variabel Terikat dan Variabel Bebas.....	29
3.2.2.1 Variabel Independent (X)	29
3.2.2.2 Variabel Dependen (Y).....	29
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	31
3.5 Pengumpulan data dan sumber data.....	32
3.5.1 Jenis Data Primer.....	32
3.5.2 Jenis Data Sekunder.....	32
3.6 Validitas dan Reliabilitas	33
3.6.1 Validitas.....	33
3.6.2 Reliabilitas	34
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	35
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	35

3.7.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	37
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	37
3.7.3.1	Uji Normalitas	37
3.7.3.2	Uji Heteroskedastisitas	38
3.7.3.3	Uji Multikolonieritas	38
3.7.4	Pengujian Hipotesis (Uji T).....	39
3.7.5	Koefisien Determinasi	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Karakteristik Responden	41
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	42
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	44
4.2	Hasil Penelitian	42
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Menggunakan Media Sosial Instagram (X).....	42
4.2.1.1	Tanggapan responden terhadap Personal Relevance.	45
4.2.1.2	Tanggapan responden terhadap Interactivity.....	46
4.2.1.3	Tanggapan responden terhadap Massage	47
4.2.1.4	Tanggapan responden terhadap Familiarity	49
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	50
4.2.2.1	Tanggapan Konsumen Terhadap Pemahaman Masalah	50
4.2.2.2	Tanggapan Konsumen Terhadap Pencarian Informasi	51
4.2.2.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Evaluasi Alternatif	52
4.2.2.4	Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	53

4.2.2.5 Tanggapan Konsumen Terhadap Prilaku Pasca Pembelian	54
4.3 Uji Regresi Linear Sederhana	56
4.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1 Uji Normalitas	56
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	57
4.4.3 Uji Multikolinearitas	58
4.5 Pengujian Hipotesis (Uji T)	58
4.6 Koefisien Determinasi	59
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
5.2.1 Saran Praktis	63
5.2.2 Saran Akademis	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN I	67
LAMPIRAN II	68
LAMPIRAN III	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah <i>Followers</i> Tiket.com di Media Sosial	6
Tabel 1. 2 Penjualan Tiket.com.....	9
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	28
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel X I	34
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y	34
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	35
Tabel 3. 5 Kategori Interpretasi Skor	36
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden terhadap Personal Relevance.....	45
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap Interactivity.....	46
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Massage	48
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Familiarity.....	49
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Pemahaman Masalah	50
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Pencarian Informasi	51
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Pemahaman Masalah	53
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Prilaku Pasca Pembelian.....	55
Tabel 4. 10 Uji Regresi Linier Sederhana.....	56
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.13 Uji Multikoliaritas.....	58
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesisi (Uji T)	59
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 3. 1 Variabel Operasional 28	xiii
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel X I 34	xiii
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y 34	xiii
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas 35	xiii
Tabel 3. 5 Kategori Interpretasi Skor 36	xiii
Tabel 3. 1 Variabel Operasional	27
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel X.....	33
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y.....	34
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	35
Tabel 3. 5 Kategori Interpretasi Skor.....	36