

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Sejarah Perusahaan.....	2
1.1.3. Produk dan Layanan	3
1.1.4. Promosi Penjualan pada Akun Instagram Ruangguru	4
1.2. Latar Belakang	14
1.3. Rumusan Masalah	22
1.4. Tujuan Penelitian.....	22
1.5. Manfaat Penelitian.....	22
1) Manfaat Teoritis	22
2) Manfaat Praktis	22
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	23
BAB II.....	24
KAJIAN PUSTAKA.....	24
2.1. Tinjauan Pustaka	24
2.1.1 Komunikasi.....	24
2.1.2. Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC)	26

2.1.3. Promosi Penjualan	28
2.1.4. Media Sosial	31
2.1.5. Instagram	32
2.1.6. Perilaku Konsumen.....	34
2.1.7. Minat Beli	35
2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
2.2.1. Skripsi	38
2.2.2. Jurnal.....	44
2.2.3. Jurnal Internasional.....	49
2.3. Kerangka Pemikiran	54
2.4. Hipotesis Penelitian	55
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	55
BAB III	56
METODE PENELITIAN.....	56
3.1. Jenis Penelitian	56
3.2. Operasional Variabel.....	57
3.3. Populasi dan Sampel	58
3.3.1. Populasi.....	58
3.3.2. Sampel.....	59
3.4. Teknik Pengumpulan Data	60
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.5.1. Validitas	62
3.5.2. Reabilitas	63
3.6. Teknik Analisa Data	64
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	65
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	67
3.6.3. Korelasi Pearson.....	67
3.6.4. Uji Regresi Linear Sederhana.....	68
3.6.5. Pengujian Hipotesis.....	69

3.6.5.1. Uji T-test	69
3.6.6. Koefisien Determinasi	70
BAB IV	71
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	71
4.1. Karakteristik Responden	71
4.2. Hasil Analisis	74
4.2.1. Hasil Analisis Deskriptif.....	74
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	89
4.2.3. Hasil Korelasi Pearson.....	90
4.2.4. Hasil Uji Regresi Linear sederhana	91
4.2.5. Hasil Pengujian Hipotesis (T-test).....	92
4.2.6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	94
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.3.1. Pembahasan Variabel Promosi Penjualan.....	95
4.3.2. Pembahasan Variabel Minat Beli.....	99
4.3.3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli	99
BAB V.....	101
KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
1.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	101
5.2.1. Saran Teoritis.....	101
5.2.2. Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR LAMPIRAN.....	106