

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.1. Profil Perusahaan .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.2. Visi dan Misi .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.3. Logo Institusi .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.4. Struktur Organisasi Expert Course.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2. Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Perumusan Masalah .....</b>	<b>25</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>1.5. Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>1.5.1. Kegunaan bagi penulis.....</b>	<b>25</b>
<b>1.5.2. Kegunaan bagi perusahaan.....</b>	<b>25</b>
<b>1.5.3. Kegunaan bagi pembaca .....</b>	<b>26</b>
<b>1.6. Batasan Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>1.7. Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....</b>	<b>26</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. Landasan Teori .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.1. Pemasaran.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.2. Manajemen Pemasaran.....</b>	<b>29</b>
<b>2.1.3. Bauran Pemasaran .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1.4. Pengertian Promosi .....</b>	<b>30</b>
<b>2.1.5. Media Sosial .....</b>	<b>32</b>
<b>2.1.6. Perilaku Konsumen.....</b>	<b>36</b>
<b>2.2. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>37</b>

2.3. Penelitian Terdahulu .....	39
2.4. Hipotesis Penelitian.....	41
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>42</b>
1.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Variabel Operasional .....	43
3.2.1. Variabel Operasional .....	44
3.2.1 Skala Pengukuran .....	46
3.3. Tahapan Penelitian.....	47
3.4. Populasi dan Sampel .....	49
3.4.1. Populasi .....	49
3.4.2. Sampel .....	49
3.5. Teknik Sampling.....	51
3.6. Pengumpulan Data .....	52
3.6.1. Sumber Data .....	52
3.6.2. Metode Pengumpulan Data .....	52
3.7. Teknik Analisis Data .....	54
3.7.1. Analisis Deskriptif .....	54
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.8.1. Uji Validitas .....	56
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	58
3.9.1. Uji Normalitas.....	58
3.9.2. Uji Heterokedasitas .....	59
3.10. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	59
3.11. Uji T .....	60
3.12. Koefisien Determinasi.....	61
<b>BAB IV .....</b>	<b>62</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Analisis Karakteristik Responden .....	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	63
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram .....	64

<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	<b>65</b>
<b>4.2.1 Analisis Validitas</b> .....	<b>65</b>
<b>4.2.2 Analisis Reliabilitas</b> .....	<b>67</b>
<b>4.3 Analisis Deskriptif</b> .....	<b>68</b>
<b>4.4 Uji Asumsi Klasik</b> .....	<b>74</b>
<b>4.4.1 Uji Normalitas</b> .....	<b>74</b>
<b>4.4.2 Uji Heterokadistasitas</b> .....	<b>76</b>
<b>4.5 Analisis Regresi Sederhana</b> .....	<b>77</b>
<b>4.6 Uji T</b> .....	<b>78</b>
<b>4.7 Koefisien Determinasi</b> .....	<b>79</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>80</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>80</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>81</b>
<b>5.2.1 Saran Bagi Perusahaan</b> .....	<b>81</b>
<b>5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya</b> .....	<b>81</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>83</b>