

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran PT. Dealpro Indonesia	1
1.1.1 Sejarah PT. Dealpro Indonesia	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Informasi Perusahaan	3
1.1.4 Produk dan Layanan	3
1.2 Latar Belakang Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Promosi.....	14
2.1.3 <i>Integrated Marketing Communications</i>	15
2.1.4 <i>Direct Marketing</i>	15
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.6 <i>Content Marketing</i>	17

2.1.7 <i>Customer Engagement</i>	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	21
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Operasional Variabel.....	26
3.2.1 Skala Operasional.....	30
3.3 Tahapan Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Teknik Sampling	32
3.6 Pengumpulan Data	33
3.6.1 Data Primer.....	33
3.6.2 Data Sekunder	34
3.6.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1 Regresi Linier Sederhana	37
3.8.2 Uji Normalitas.....	38
3.9 Uji Statistik	38
3.9.1 Uji Simultan(Uji f)	38
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Analisis Karakteristik Responden	40
4.1.1 Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Usia	41
4.1.3 Pekerjaan	41
4.1.4 Pendapatan	42

4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Analisis Validitas	43
4.2.2 Analisis Reliabilitas	45
4.3 Analisis Deskriptif	46
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Content Marketing</i>	46
4.3.2 Analisis Deskriptif <i>Customer Engagement</i>	50
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.4.1 Uji Normalitas	53
4.4.2 Uji Autokolerasi	55
4.5 Regresi Linier Sederhana	56
4.6 Hasil Uji f	57
4.7 Hasil Koefisien Determinasi	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	61
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	61
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65