

# DAFTAR ISI

## Contents

|  |           |
|--|-----------|
| LAPORAN TUGAS AKHIR.....                               | i         |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                               | ii        |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                                | iii       |
| ABSTRAK .....  | iv        |
| ABSTRACT.....  | v         |
| KATA PENGANTAR .....                                   | vi        |
| DAFTAR ISI.....  | viii      |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | xi        |
| DAFTAR TABEL.....                                      | xii       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                          | <b>1</b>  |
| 1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....            | 1         |
| 1.2    Latar Belakang Masalah .....                    | 2         |
| 1.3    Rumusan Masalah.....                            | 8         |
| <b>1.4    Tujuan Penelitian.....</b>                   | <b>8</b>  |
| <b>1.5    Kegunaan Penelitian .....</b>                | <b>8</b>  |
| 1.6    Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir..... | 9         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                    | <b>10</b> |
| 2.1    Landasan Teori.....                             | 10        |
| 2.1.1 Pemasaran.....                                   | 10        |
| 2.1.2 <i>E-Marketing Mix</i> .....                     | 10        |
| 2.1.3 Bauran Promosi.....                              | 11        |
| 2.1.4. Personal Selling .....                          | 13        |
| 2.1.5 <i>Social Media Marketing</i> .....              | 14        |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian.....                         | 15        |
| 2.1.7 Hubungan Antar Variabel .....                    | 18        |
| 2.2    Penelitian Terdahulu.....                       | 18        |
| 2.2.1 Ulasan Penelitian Terdahulu .....                | 19        |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                        | 21        |
| 2.4    Hipotesis Penelitian .....                      | 22        |
| 2.5    Ruang Lingkup Penelitian.....                   | 22        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                              | <b>23</b> |
| 3.1 Metode Penelitian .....   | 23        |
| 3.2 Variabel Penelitian .....                                       | 24        |
| 3.3 Variabel Operasional & Skala Pengukuran .....                   | 24        |
| 3.3.1 Variabel Operasional.....                                     | 24        |
| 3.3.2 Skala Pengukuran.....   | 28        |
| 3.4 Tahapan Penelitian .....  | 29        |
| 3.5 Populasi dan Sampel .....                                       | 30        |
| 3.5.1 Populasi.....   | 30        |
| 3.5.2 Sampel.....   | 31        |
| 3.6 Teknik Sampling .....   | 32        |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 33        |
| 3.7.1 Sumber Data.....  | 33        |
| 3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....                                  | 33        |
| 3.8 Teknik Pengolahan Data .....                                    | 34        |
| 3.8.1 Uji Reliabilitas .....  | 35        |
| 3.9 Teknik Analisis Data .....                                      | 36        |
| 3.9.1 Analisis Deskriptif .....                                     | 36        |
| 3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....  | 38        |
| 3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....                         | 40        |
| 3.9.4 Uji t .....   | 40        |
| 3.9.5 Uji F .....   | 41        |
| 3.10 Koefisien Determinasi .....                                    | 42        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                 | <b>43</b> |
| 4.1 Analisis Karakteristik Responden .....                          | 43        |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....       | 43        |
| 4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....       | 44        |
| 4.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... | 44        |
| 4.1.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....   | 45        |
| 4.2 Hasil Penelitian.....   | 46        |
| 4.2.1 Uji Validitas .....   | 46        |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas .....  | 48        |
| 4.3.1 <i>Personal Selling</i> pada Authentic Guards .....           | 50        |

|  |           |
|--|-----------|
| TABEL 4.7.....   | 50        |
| Analisis Deskriptif <i>Personal Selling</i> (X1) .....             | 50        |
| 4.3.2 <i>Brand Trust</i> pada PT. Bluenpin Indonesia Perkasa ..... | 51        |
| 4.3.3 Keputusan Pembelian pada Authentic Guards .....              | 53        |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....  | 54        |
| 4.4.1 Uji Normalitas.....  | 54        |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas .....                                  | 56        |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                 | 57        |
| 4.4.4 Uji Autokorelasi.....  | 58        |
| 4.4.5 Uji Regresi Linier Berganda .....                            | 59        |
| 4.5 Uji T .....  | 60        |
| 4.6 Uji F .....  | 61        |
| 4.7 Koefisien Determinasi .....                                    | 62        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                            | <b>63</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 63        |
| 5.2 Saran.....   | 64        |
| 5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya .....                              | 64        |
| 5.2.2 Bagi pihak Authentic Guards .....                            | 65        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>66</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>  | <b>68</b> |