

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum PT Astra Honda Motor.....	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Promosi.....	10
2.1.3 Pemasaran Media Sosial.....	11
2.1.4 Bauran Promosi.....	12
2.1.5 Peningkatan Penjualan	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	17
2.4 Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Metode Penelitian	19

3.2	Jenis Penelitian	19
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.4	Populasi dan Sampel	20
3.5	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	21
3.5.1	Variabel Operasional	21
3.5.2	Skala Pengukuran	25
3.6	Pengumpulan Data	25
3.6.1	Sumber Data	26
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	26
3.7	Alat Ukur Penelitian	28
3.7.1	Uji Validitas	28
3.7.2	Uji Reliabilitas	31
3.8	Analisis Deskriptif	32
3.9	Uji Asumsi Klasik	34
3.9.1	Uji Normalitas	34
3.9.2.	Uji Linearitas	35
3.10	Analisis Regresi Linier Sederhana	35
3.11	Koefisien Determinasi	35
3.12	Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Karakteristik Responden	37
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	39
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	39
4.2.	Hasil Penelitian	40
4.2.1.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel X (Promosi <i>Online</i>)	42
4.2.2.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y (Peningkatan Penjualan)	44
4.3.	Uji Asumsi Klasik	44
4.3.1.	Uji Normalitas	46
4.3.2.	Uji Linearitas	48
4.4.	Analisis Regresi Linier Sederhana	49

4.5.	Uji Hipotesis	49
4.6	Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.7	Pembahasan	51
4.7.1	Pengaruh Promosi Online melalui WhatsApp dan Facebook Terhadap Peningkatan Penjualan pada Pos Penjualan Astra Motor Batu Kajang Kalimantan Timur	
	61	
BAB V	PENUTUP.....	52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	53
5.2.1	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	53
5.2.2	Saran untuk Perusahaan	53
	DAFTAR PUSTAKA	54
	LAMPIRAN	56