

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran umum objek penelitian .....	1
1.2. Latar Belakang.....	2
1.3. Rumusan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Manfaat penelitian .....	13
1.6. Sitematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1. Tinjauan Pustaka penelitian .....	15
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	15
2.1.2. Pemasaran Digital ( Digital Marketing) .....	15
2.1.3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	15
2.1.4. Promosi .....	17
2.1.5. Pemasaran media sosial .....	17
2.1.6. Minat Beli .....	18
2.1.7. Dimensi Minat Beli .....	19
2.1.8. Hubungan Antara Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli .....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	36
2.4 Hipotesis Penelitian .....	36
2.5 Ruang Lingkup .....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	38
3.1. Jenis Penelitian .....	38
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional, Skala Pengukuran.....	38
3.2.1. Variabel Operasional.....	38
3.2.2 Skala Pengukuran.....	42
3.3 Tahapan Penelitian.....	43
3.4 Populasi dan sampel dan Pengambilan Sampel .....	44

3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel .....	45
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Uji validitas dan Relibilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas .....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7 Teknik Analisis Data .....	50
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.7.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	51
3.7.3 <i>SPSS (Statiscal Package for Sosial Sciences)</i> .....	52
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.8 Uji Hipotesis .....	54
3.8.1 Uji t.....	55
3.8.2 Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	55
3.8.3 Analisis Regresi Linear sederhana.....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1. Pengumpulan Data .....	57
4.2. Karakteristik Responden.....	57
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2.2 Berdasarkan Usia.....	58
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.3. Analisis Deskriptif .....	60
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial (X) .....	60
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran.....	80