

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan Ditie Wedding Planner	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Pemasaran Media Sosial.....	10
2.1.4 Konten	11
2.1.5 Pengelolaan Konten.....	11
2.1.6 Online Engagement	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16
2.4 Hipotesis Penelitian.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Jenis Penelitian.....	18
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	19

3.4 Populasi dan Sampel	19
3.5 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	21
3.5.1 Variabel Operasional	21
3.5.2 Skala Pengukuran	24
3.6 Pengumpulan Data	25
3.6.1 Sumber Data	25
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Alat Ukur Penelitian.....	27
3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.8 Analisis Deskriptif	29
3.9 Uji Asumsi Klasik	31
3.9.1 Uji Normalitas	31
3.9.2 Uji Heterokedastistas.....	31
3.9.3 Uji Autokorelasi	32
3.10 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	32
3.11 Koefisien Determinasi	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Analisis Katakarakteristik Responden	35
4.2 Hasil Penelitian	35
4.2.1 Analisis Validitas	35
4.3 Uji Reliabilitas	37
4.4 Analisis Deskriptis	38
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.5.1 Uji Normalitas.....	40
4.5.2 Uji Heterokdastisitas	42
4.5.3 Uji Autokolerasi.....	43
4.6 Regreasi Linier Sederhana	44
4.7 Hasil Uji t.....	45
4.8 Koefisien Determinas.....	45
BAB V KESIMPULAN.....	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran.....	47
Daftar Pustaka	49