

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penulisan	1
1.1.1 Profil UMKM Mubajalan	1
1.1.2 Visi Misi	1
1.1.3 Logo dan makna Logo.....	2
1.1.4 Produk/Layanan	2
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penulisan	19
1.4 Kegunaan Penulisan.....	19
1.5 Batasan Masalah.....	20
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 LANDASAN TEORI.....	22
2.1.1 Pemasaran.....	22
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.3 Bauran Pemasaran	23
2.1.4 Pemasaran Digital	24
2.1.5 Konten Pemasaran.....	24
2.1.6 Sosial Media Marketing.....	25
2.1.7 Media Sosial	26
2.1.8 Instagram	26

2.1.9	Promosi.....	27
2.2	KERANGKA PEMIKIRAN	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1	PENDEKAN PENELITIAN	33
3.2	JENIS PENULISAN.....	34
3.3	SKALA PENGUKURAN	38
3.4	TAHAP PENELITIAN.....	39
3.5	POPULASI DAN SAMPEL	40
3.5.1	Populasi	41
3.5.2	Sampel.....	41
3.5.3	Teknik Sampling.....	41
3.6	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	42
3.7	UJI KEABSHAAN DATA	43
3.7.1	Uji Validitas.....	43
3.7.2	Uji Reabilitas	44
3.8	ANALISIS DATA.....	45
3.8.1	Analisis Deskriptif Data	45
3.9	UJI ASUMSI KLASIK	48
3.9.1	Uji Normalitas.....	48
3.10	UJI HIPOTESIS	49
3.10.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.10.2	Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	HASIL PENELITIAN	51
4.1.1	Analisis Karakteristik Responden	51
4.2	HASIL PENELITIAN	57
4.2.1	Pembahasan Hasil Uji Validitas.....	57
4.3	ANALISIS DESKRIPTIF.....	61
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Sosial Media	61
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (Y).....	64
4.4	UJI ASUMSI KLASIK	67
4.1.1	Pembahasan Hasil Uji Normalitas.....	67
4.5	UJI HIPOTESIS	70
4.5.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	70

4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 KESIMPULAN	72
5.2 SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77