

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
DAFTAR ISTILAH.....	xviii
INTISARI.....	xxii
ABSTRAK.....	xxiii
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.6 Kerangka Teori.....	11
1.6.1 Promosi	11

1.6.2 Keputusan Pembelian.....	14
1.6.3 Kerangka Berpikir Hubungan Promosi Digital Melalui Video Instagram Pada Keputusan Pembelian Produk Jasa Layanan Walking Tour Jogja Good Guide.....	15
1.7 Metode Penelitian	16
1.7.1 Batasan Penelitian.....	17
1.7.2. Metode Pengumpulan Data	17
1.7.3. Populasi Penelitian.....	19
1.7.4. Sampel Penelitian.....	19
1.7.5 Skala Pengukuran.....	23
1.7.6 Metode Analisis Data.....	24
1.7.7 Operasionalisasi Konsep	25
1.7.8 Sistematika Penulisan.....	29
GAMBARAN UMUM	31
2.1 Profil Jogja Walking Tour.....	31
2.2 Kerangka Organisasi Jogja Good Guide	36
2.3 Pemasaran Digital Jogja Good Guide	38
2.4 Promosi Instagram Jogja Good Guide.....	42
HUBUNGAN PROMOSI DIGITAL MELALUI VIDEO INSTAGRAM PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JASA LAYANAN WALKING TOUR JOGJA GOOD GUIDE.....	45
3.1 Karakteristik Responden.....	46
3.2 Analisis Deskriptif Hasil Kuesioner.....	47
3.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Promosi Digital.....	49
3.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	54
3.4 Uji Korelasi	60
KESIMPULAN DAN SARAN	65

4.1 Kesimpulan	65
4.2 Saran.....	66
DAFTAR RUJUKAN	68
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2. Hasil Data Variabel Promosi	89
Lampiran 3. Hasil Data Variabel Keputusan Pembelian.....	92
Lampiran 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	96