

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Promosi .....	9
2.3 Bauran Promosi .....	12
2.4 Media Promosi .....	13
2.5 Media Internet .....	17
2.6 Pemasaran Digital .....	19
2.7 Internet Marketing.....	20
2.8 Media Sosial.....	23
2.9 Minat Beli Konsumen .....	30
2.10 Model AIDA .....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	37
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Pelaksanaan Penelitian .....	37
3.3 Populasi dan Sampel .....	37
3.4 Data Penelitian .....	38

3.5	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.6	Pengolahan dan Analisis Data .....	40
3.7	Diagram Alir Penelitian .....	48
3.8	Tahapan Penelitian .....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		56
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	56
4.2	Pemasaran .....	58
4.3	Deskripsi Responden .....	58
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	68
4.6	Uji Regresi Linear Berganda .....	72
4.7	Uji Koefisien Regresi (Uji t) parsial .....	76
4.8	Uji Keterandalan Model (Uji F) simultan .....	81
4.9	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82
4.10	Efektivitas Media Promosi .....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		88
5.1	KESIMPULAN .....	88
5.2	SARAN .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		91
LAMPIRAN .....		93