

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Pemasaran	7
2. Komunikasi Pemasaran.....	9

a.	Bauran Komunikasi Pemasaran	10
3.	Pemasaran Daring	12
a.	Definisi Pemasaran Daring	12
b.	Platform Pemasaran Daring	15
c.	Karakteristik Pemasaran Daring	15
4.	Perilaku Konsumen	15
a.	Keputusan Pembelian Konsumen	17
5.	Multivitamin.....	19
F.	Landasan Teori.....	20
G.	Hipotesis.....	22
BAB II.....		23
METODE PENELITIAN.....		23
A.	Rancangan Penelitian	23
B.	Instrumen Penelitian	24
C.	Subjek Penelitian.....	29
D.	Definisi Operasional	31
E.	Analisis Data	33
F.	Jalannya Penelitian.....	44
BAB III		46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
A.	Profil Responden.....	46
B.	Gambaran Survei Awal Enervon-C	46

C.	Analisis Deskriptif	50
D.	Uji Asumsi Klasik	56
E.	Uji Korelasi Variabel	61
F.	Keterbatasan Penelitian	65
BAB IV		66
KESIMPULAN DAN SARAN		66
A.	Kesimpulan	66
B.	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		74