

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.3 Bauran Promosi.....	19
2.4 Pemasaran Media Sosial.....	21
2.5 Promosi Melalui Jejaring Sosial Facebook.....	22

2.6 Promosi Melalui Jejaring Sosial Twitter.....	24
2.7 Kerangka Pemikiran.....	27
2.8 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3 Skala Pengukuran.....	33
3.4 Variabel Operasional.....	34
3.5 Populasi Dan Sampel.....	36
3.5.1 Populasi.....	36
3.5.2 Sampel.....	36
3.5.3 Teknik Sampling.....	36
3.6 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas.....	38
3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Realibilitas.....	38
3.7 Analisis Deskriptif.....	39
3.8 Model Persamaan Struktural.....	40
3.9 Confirmatory Factor Analysis.....	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
4.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2 Pembahasan Validitas Dan Realibilitas.....	45
4.3 Analisis Deskriptif.....	47
4.4 Analisis Faktor Konfirmatori.....	54
4.5 Model Over-Identified.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Penutup.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

