

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Indosat Ooredoo	1
1.1.2 XL Axiata	3
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.5.2 Kegunaan Praktisi	13
1.6 Sistematika Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	15
2.1.2 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	16
2.1.3 Promosi.....	17
2.1.4 Pemasaran Online (<i>Online Marketing</i>).....	19
2.1.5 Media Sosial.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.2 Variabel Penelitian.....	28
3.3 Tahapan Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.5 Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Skala Pengukuran.....	34
3.7 Teknik Pengolahan Data	35
3.8 Teknik Analisis Data	36
3.8.1 Statistik Deskriptif	36
3.8.2 Uji Mann Whitney (Uji U).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Karakteristik Responden	38
4.1.1 Jenis Kelamin	38
4.1.2 Usia	39

4.1.3 Operator Seluler yang digunakan	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas	40
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	41
4.2.3 Uji Mann Whitney.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	53
Lampiran 1 Pra-Kuesioner	55
Lampiran 2 Kuesioner.....	57
Lampiran 3 Hasil Kuesioner.....	59
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	64
Lampiran 5 Reliabilitas, Normalitas, dan Mann Whitney	67