

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Putri Duyung Resort.....	1
1.1.2 Logo	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN	10
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian terdahulu	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Bauran pemasaran	10
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.5 Minat Beli	14
2.1.6 Hubungan <i>Digital marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	16
2.1.7 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Operasional Variabel	27
3.3 Tahapan Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	35
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Analisis Deskriptif	39
3.7.2 Uji <i>Method Succesive Interval</i> (MSI)	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.7.5 Uji Hipotesis	44
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Responden	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.3 Hasil Penelitian	52
4.3.1 Analisis Deskriptif	52
4.2.2 Uji <i>Method Succesive Interval</i> (MSI)	62
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	66

4.3.5 Uji Hipotesis	67
4.3.6 Koefisien Determinasi.....	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.4.1 Pengaruh <i>Website</i> Terhadap Minat Beli.....	72
4.3.2 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli	73
4.4.3 Pengaruh <i>Interactive Audio Video</i> Terhadap Minat Beli	74
4.4.4 Pengaruh Display Ads Terhadap Minat Beli	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Praktis	78
5.2.2 Saran Teoritis	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84