

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.8 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Konsep Pemasaran	15
2.2 Manajemen Pemasaran	16
2.3 Bauran Pemasaran	17
2.4 Komunikasi Pemasaran	18
2.5 Bauran Promosi	19
2.6 Pemasaran Digital	21
2.7 Komunikasi Pemasaran Digital	23

2.8	Keputusan Pembelian	25
2.9	Penelitian Terdahulu	29
2.10	Kerangka Berfikir	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
2.2	Jenis Penelitian	40
3.2	Variabel Operasional	42
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4.	Populasi dan Sampel	49
3.5	Pengumpulan Data	52
3.6	Sumber Data	53
4.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN		71
DAFTAR PUSTAKA		72