

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Visi dan Misi.....	2
1.1.3. Logo dan Makna.....	2
1.1.4. Struktur Organisasi.....	3
1.1.5. Produk/Layanan	4
1.2. Latar Belakang.....	5
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Kegunaan Penelitian.....	13
1.6. Batasan Masalah	14
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Akhir	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Pemasaran	16
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3. Bauran Pemasaran	17
2.1.4. Digital marketing.....	18

2.1.5.	Konten Marketing	19
2.1.6.	Dimensi konten marketing.....	19
2.1.7.	Media sosial.....	20
2.1.8.	Instagram	20
2.2.	Penelitian Terdahulu	21
2.3.	Kerangka Pemikiran	24
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1.	Pendekatan Penelitian	25
3.2.	Jenis Penelitian.....	25
3.3.	Variable Operasional dan skala pengukuran	26
3.3.2.	Variable Operational.....	26
3.3.3.	Skala pengukuran.....	27
3.4.	Tahapan Penelitian	28
3.5.	Populasi dan Sampel.....	28
3.5.2.	Populasi	28
3.5.3.	Sampel	29
3.6.	Metode pengumpulan data	30
3.7.	Uji keabsahan data yang diperoleh.....	30
3.7.1.	Uji Validitas	30
3.7.2.	Uji Reabilitas.....	33
3.8.	Teknik Analisis Data	33
3.8.1.	Analisis Deskriptif	34
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1.	Karakteristik Responden	38
4.1.1.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2.	Berdasarkan Usia	39
4.1.3.	Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.	Hasil Penelitian	40
4.2.1.	Pembahasan Validitas dan Reabilitas	40
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	42

4.3.1. Analisis Deskriptif	42
BAB V	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran	54
5.2.1. Bagi perusahaan	54
5.2.2. Bagi penelitian selanjutnya.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58