

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan	2
1.1.4 Struktur Organisasi	3
1.1.5 Produk	3
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Batasan Masalah.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14

2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Bauran Pemasaran	15
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.5 Media Sosial.....	17
2.1.6 Sosial Media <i>Marketing</i>	17
2.1.7 Instagram.....	18
2.1.8 Konten <i>Marketing</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Variabel Operasional.....	30
3.4 Tahapan Penelitian	34
3.5 Populasi Dan Sampel	35
3.5.1 Populasi.....	35
3.5.2 Sampel.....	36
3.5.3 Teknik <i>Sampling</i>	37
3.6 Pengumpulan Data	37
3.6.1 Pengumpulan Data	37
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Keabsahan Data.....	38
3.7.1 Pengertian Validitas	38

3.7.2 Pengertian Reliabilitas	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1 Teknik Analisis Deskriptif	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Hasil Uji Validitas.....	47
4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	48
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.2.1 Tanggapan Responden Terkait <i>Context</i>	48
4.2.2 Tanggapan Responden Terkait <i>Communication</i>	50
4.2.3 Tanggapan Responden Terkait <i>Collaboration</i>	52
4.2.4 Tanggapan Responden Terkait <i>Connection</i>	54
4.2.5 Jawaban Responden Keseluruhan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	65