

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil XYZ	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Pertanyaan Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Aspek Teoris	8
1.6.2 Aspek Praktis	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Terkait Penelitian.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Digital Marketing	12
2.1.3 Advertising.....	13
2.1.4 Social Media.....	14
2.1.5 Social Media Marketing.....	15
2.1.6 Business Performance	18

2.1.7 Analytical Hierarchy Process	19
2.1.8 Pairwise Comparison Judgement Matrices	20
2.1.9 Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS).....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Proposisi Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Instrumen Penelitian.....	39
3.3 Operasional Penelitian	39
3.4 Alur Penelitian	41
3.5 Situasi Sosial dan Narasumber.....	43
3.6 Pengumpulan Data	44
3.6.1 Data Primer dan Sekunder	44
3.6.2 Uji Validitas	44
3.7 Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis.....	46
3.7.1 Analytic Hierarchy Process (AHP).....	46
3.7.1 Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Karakteristik Responden	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Pengumpulan Data	53
4.2.2 Identifikasi Kriteria dan Subkriteria.....	53
4.2.3 Identifikasi Social Media Marketing Platform.....	55
4.2.4 Data Kuesioner AHP	55
4.2.5 Data Sekunder Social Media Marketing Platform	58
4.2.6 Pengolahan Data.....	59

4.2.7	Metode AHP.....	60
4.2.8	Metode TOPSIS	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	75
5.2.1	Bagi Perusahaan	75
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		82