

Daftar Isi

Lembar Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Lembar Pengesahan Persetujuan Akasemik.....	iv
Abstrak.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xii
BAB I	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia	3
1.1.3 Logo dan Makna Logo Perusahaan	3
1.1.4 Produk dan Layanan	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Batasan Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II	15
2.1 Rangkuman Teori.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.3 Promosi	16
2.1.4 Bauran Promosi	16
2.1.5 Pengertian <i>Personal Selling</i>	18
2.1.6 Langkah-Langkah <i>Personal Selling</i>	18
2.1.7 Pengertian Periklanan (<i>Advertising</i>).....	21
2.1.8 Tujuan Periklanan (<i>Advertising</i>)	21
2.1.9 Iklan Pada Media Sosial	22

2.1.10	Fitur Iklan	22
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
2.4	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III.....		27
METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.1.1	Jenis Data.....	28
3.2	Variabel Operasional.....	29
3.1.2	Skala Pengukuran	31
3.3	Tahapan Penelitian.....	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel	34
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Alat Ukur Penelitian.....	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Reabilitas.....	37
3.7	Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	38
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	39
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	40
3.7.4	Uji T.....	40
3.7.5	Koefisien Determinasi	41
BAB IV.....		42
4.1	Karakteristik Responden.....	42
4.1.1	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.2	Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	43
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.2	Uji Validitas	44
4.3	Uji Reabilitas	45
4.4	Analisis Deskriptif	47
4.4.1	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1).....	48

4.4.2	Analisis Deskriptif Mengenai Variabel Fitur Iklan(X2).....	48
4.4.3	Analisis Deskriptif Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	50
4.5	Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1	Uji Normalitas	51
4.5.2	Uji Multikolinearitas	52
4.5	Uji T	53
4.6	Uji F.....	54
4.7	Koefisien Determinasi	55
4.8	Analisis Linier Berganda	55
BAB V		57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran.....	57
5.2.1	Bagi Perusahaan	57
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	58
LAMPIRAN		62
Daftar Pustaka		63