

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	12
1.1.1. Profil Perusahaan	12
1.1.2. Visi dan Misi	13
1.1.3. Logo Institusi	14
1.1.4. Struktur Organisasi Expert Course	14
1.2. Latar Belakang Penelitian	15
1.3. Perumusan Masalah	25
1.4. Tujuan Penelitian	25
1.5. Kegunaan Penelitian	25
1.5.1. Kegunaan bagi penulis	25
1.5.2. Kegunaan bagi perusahaan	25
1.5.3. Kegunaan bagi pembaca	26
1.6. Batasan Penelitian	26
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Akhir	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	28
2.1. Landasan Teori	28
2.1.1. Pemasaran	28
2.1.2. Manajemen Pemasaran	29
2.1.3. Bauran Pemasaran	29
2.1.4. Pengertian Promosi	30
2.1.5. Media Sosial	32
2.1.6. Perilaku Konsumen	36
2.2. Kerangka Pemikiran	37

2.3. Penelitian Terdahulu	39
2.4. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODOLOGI	42
1.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Variabel Operasional	43
3.2.1. Variabel Operasional	44
3.2.1 Skala Pengukuran	46
3.3. Tahapan Penelitian.....	47
3.4. Populasi dan Sampel	49
3.4.1. Populasi	49
3.4.2. Sampel	49
3.5. Teknik Sampling.....	51
3.6. Pengumpulan Data	52
3.6.1. Sumber Data	52
3.6.2. Metode Pengumpulan Data	52
3.7. Teknik Analisis Data	54
3.7.1. Analisis Deskriptif	54
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.8.1. Uji Validitas	56
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	58
3.9.1. Uji Normalitas.....	58
3.9.2. Uji Heterokedasitas	59
3.10. Analisis Regresi Linear Sederhana	59
3.11. Uji T	60
3.12. Koefisien Determinasi.....	61
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Analisis Karakteristik Responden	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	63
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram	64

4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Analisis Validitas	65
4.2.2 Analisis Reliabilitas	67
4.3 Analisis Deskriptif	68
4.4 Uji Asumsi Klasik	74
4.4.1 Uji Normalitas	74
4.4.2 Uji Heterokadistasitas	76
4.5 Analisis Regresi Sederhana	77
4.6 Uji T	78
4.7 Koefisien Determinasi	79
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	81
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	83