

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi & Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo dan Makna Logo.....	2
1.1.4 Struktur Organisasi	3
1.1.5 Produk PT. Teguh Murni perdana	10
1.2 Latar Belakang	13
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.6 Batasan Penelitian	20
1.7 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Manajemen Pemasaran	22
2.1.3 Bauran Pemasaran	23
2.1.4 Bauran Promosi	24
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	25
2.1.6 <i>Instagram</i>	25
2.1.7 Konten Pemasaran	26

2.1.8 Penelitian Terdahulu	30
2.1.9 Kerangka Penelitian	33
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Variable Operasional & Skala Pengukuran	34
3.2.1 Variabel Operasional	34
3.2.2 Skala Pengukuran	36
3.3 Tahapan Penelitian	37
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel	38
3.5 Jenis Pengumpulan Data	39
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Uji Keabsahan Data Yang Di Peroleh.....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reabilitas	40
3.7 Teknik Analisis Deskriptif	41
3.7.1 Analisis Deskriptif	41
BAB IV PEMBAHASAN	43
4.1 Jenis Penelitian	43
4.1.1 Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	46
4.2 Hasil Penelitian Validitas & Reliabilitas	47
4.2.1 Uji Validitas.....	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	47
4.3 Analisis Deskriptif.....	48
BAB V KESIMPULAN & SARAN	57

5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60