

# DAFTAR ISI

|                                               |                   |
|-----------------------------------------------|-------------------|
| <b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>               | <b><i>i</i></b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                | <b><i>i</i></b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                    | <b><i>i</i></b>   |
| <b>PERNYATAAN .....</b>                       | <b><i>ii</i></b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                           | <b><i>iii</i></b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                          | <b><i>iv</i></b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                       | <b><i>i</i></b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                      | <b><i>iv</i></b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                     | <b><i>v</i></b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                 | <b><i>1</i></b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                      | 1                 |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                      | 3                 |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                   | 4                 |
| 1.4 Batasan Masalah.....                      | 4                 |
| 1.5 Manfaat Penelitan .....                   | 4                 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                  | 4                 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                   | 5                 |
| 1.6 Sistematika Laporan Penulisan Akhir ..... | 5                 |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>           | <b><i>6</i></b>   |
| 2.1 Landasan Teori .....                      | 6                 |
| 2.1.1 Pemasaran .....                         | 6                 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....               | 6                 |
| 2.1.3 Promosi .....                           | 6                 |
| 2.1.3.1 Dimensi Promosi .....                 | 7                 |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.4 Bauran Pemasaran .....                        | 8         |
| 2.1.5 Pemasaran Digital .....                       | 9         |
| 2.1.6 Kepuasan Pelanggan .....                      | 9         |
| 2.1.7 Media Sosial .....                            | 10        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                      | 11        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                        | 12        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>14</b> |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....                     | 14        |
| 3.2 Jenis Penelitian .....                          | 14        |
| 3.3 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran ..... | 15        |
| 3.3.1 Operasional Variabel .....                    | 15        |
| 3.3.2 Skala Pengukuran .....                        | 16        |
| 3.4 Tahapan Penelitian .....                        | 17        |
| 3.5 Jenis Data .....                                | 18        |
| 3.6 Populasi dan Sampel .....                       | 18        |
| 3.6.1 Populasi .....                                | 18        |
| 3.6.2 Sampel .....                                  | 18        |
| 3.7 Pengumpulan Data .....                          | 19        |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....                      | 19        |
| 3.8.1 Uji Validitas .....                           | 19        |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas .....                        | 22        |
| 3.8.3 Teknik Deskriptif .....                       | 22        |
| 3.8.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....       | 24        |
| 3.9 Uji Hipotesis .....                             | 24        |
| 3.9.1 Koefisien Determinasi (R Square) .....        | 24        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>            | <b>26</b> |

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>4.1 Deskripsi Hasil.....</b>                                          | <b>26</b> |
| 4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                          | 26        |
| 4.1.2 Responden Berdasarkan Usia .....                                   | 27        |
| 4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir .....                    | 27        |
| 4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                               | 28        |
| 4.1.5 Responden Berdasarkan Penghasilan .....                            | 28        |
| 4.1.6 Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang <i>Brand Eiger</i> ..... | 29        |
| <b>4.2 Analisis Dan Interpretasi Data.....</b>                           | <b>29</b> |
| 4.2.1 Hasil Analisis deskriptif Terhadap Promosi.....                    | 29        |
| 4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....                 | 30        |
| 4.2.3 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....                           | 31        |
| <b>4.3 Uji Hipotesis .....</b>                                           | <b>31</b> |
| 4.3.1 Hasil Uji T (Parsial).....                                         | 31        |
| 4.3.2 Hasil Uji F (Simultan) .....                                       | 31        |
| 4.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                    | 32        |
| <b>4.4 Diskusi dan Evaluasi .....</b>                                    | <b>33</b> |
| 4.4.1 Diskusi .....                                                      | 33        |
| 4.4.2 Evaluasi .....                                                     | 34        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                                | <b>36</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                     | 36        |
| 5.2. Saran .....                                                         | 36        |
| 5.2.1 Saran bagi Perusahaan .....                                        | 37        |
| 5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....                              | 37        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                              | <b>38</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                     | <b>41</b> |