

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Landasan Teori	9
1. Komunikasi Pemasaran	9
2. Bauran Komunikasi Pemasaran	11
3. <i>Sales Promotion</i>	12
a. <i>Sales Promotion</i>	12
b. Alat-Alat <i>Sales Promotion</i>	14
B. Media Sosial	15
a. Definisi Media Sosial	15
b. Jenis-Jenis Media Sosial	16
c. Manfaat Sosial Media	17
4. Media Sosial Instagram	18
a. Instagram	18
b. Fitur-Fitur Instagram	21
c. Instagram sebagai media pemasaran	23
5. Loyalitas Pelanggan	23
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
1. Tipe-Tipe Loyalitas Pelanggan	24

2. Tingkat Loyalitas Pelanggan	25
3. Indikator Loyalitas Pelanggan	26
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	
.....	29
1. Kerangka Konsep	29
2. Hipotesis	30
3. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> dengan Loyalitas Pelanggan	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
B. Metodologi Penelitian.....	33
1. Pendekatan Kuantitatif	33
2. Metode Penelitian.....	33
C. Operasional Variabel	34
D. Populasi dan Sampel.....	35
1. Populasi	35
2. Sampel	35
3. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	37
4. Teknik Pengumpulan Data	37
5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
6. Tehnik Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B. Hasil Penelitian.....	44
a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	44

b. Pernyataan Variabel X.....	45
c. Pertanyaan Variabel Y	53
1. Rekapitulasi Variabel X.....	59
2. Rekapitulasi Variabel Y.....	60
4. Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
5. Uji Hipotesis	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

