

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademik	9
1.5.2 Manfaat Praktisi.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 Promosi Penjualan	13
2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	15
2.1.4 Manfaat Media Sosial oleh Pelaku UMKM	17
2.1.5 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hipotesis Penelitian	22
2.4 Kerangka Konsep.....	22
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Tempat Waktu Penelitian.....	24
3.2 Pendekatan Penelitian	24
3.3 Metode Penelitian	24
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	25

3.5	Populasi dan Sampel	27
3.6	Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian	28
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.8	Teknik Analisis Data	29
3.9	Uji Validitas dan Realibilitas	31
BAB IV		36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1	Profil Gofood Indonesia	36
4.1.2	Layanan Gofood	37
4.2	Hasil Penelitian	38
4.2.1	Identitas Respoden.....	38
4.2.2	Analisis Pernyataan Variabel X.....	40
4.2.3	Rekapitulasi Variabel X dan Y	54
4.2.4	Hasil Uji Regresi Liner Sederhana	55
4.2.5	Uji Hipotesis	58
4.2.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V		66
PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	67
LAMPIRAN		69