

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Strategi Pemasaran	10
2.1.1. Definisi Strategi Pemasaran.....	10
2.1.2. Elemen Strategi Pemasaran	11
2.2. <i>Digital Marketing</i>	12
2.2.1. Definisi <i>Digital Marketing</i>	12
2.2.2. Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	13
2.3. <i>Social Media Marketing</i>	15
2.3.1. Definisi <i>Social Media Marketing</i>	15
2.3.2. Karakteristik <i>Social Media Marketing</i>	17
2.3.3. Strategi Penerapan <i>Social Media Marketing</i>	18
2.3.4. <i>Social Media</i> Facebook	22
2.3.5. Indikator <i>Social Media Marketing</i>	24
2.4. Minat Beli Konsumen.....	25
2.4.1. Definisi Minat Beli Konsumen.....	25
2.4.2. Jenis-Jenis Minat Beli Konsumen	26
2.4.3. Tahap Minat Beli Konsumen.....	28

	2.4.4. Indikator Minat Beli Konsumen	29
	2.5. Penelitian Terdahulu.....	30
	2.6. Kerangka Berpikir	31
	2.7. Hipotesis	32
BAB III	METODE PENELITIAN	34
	3.1. Jenis Penelitian	34
	3.2. Variabel Penelitian	35
	3.3. Populasi dan Sampel.....	36
	3.3.1. Populasi	36
	3.3.2. Sampel	36
	3.4. Sumber Data	38
	3.5. Instrumen Penelitian.....	38
	3.6. Teknik Pengumpulan Data	39
	3.7. Teknik Analisis Data	40
	3.6.1. Uji Validitas.....	40
	3.6.2. Uji Reliabilitas	41
	3.6.3. Uji Normalitas	41
	3.6.4. Uji Heteroskedastisitas	42
	3.6.5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
	3.6.6. Uji T (Uji Parsial)	43
	3.6.7. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)	44
	3.8. Lokasi dan Jadwal Penelitian	44
	3.7.1. Lokasi Penelitian	44
	3.7.2. Jadwal Penelitian	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
	4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
	4.1.1. Sejarah Singkat Quinsha Bakery Gunungsitoli	46
	4.1.2. Visi & Misi Quinsha Bakery Gunungsitoli	47
	4.2. Struktur Organisasi Quinsha Bakery Gunungsitoli	48
	4.3. Karakteristik Responden	49
	4.4. Gambaran Variabel yang Diteliti.....	54
	4.4.1. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X).....	54
	4.4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	57

4.5. Analisis Hasil Penelitian.....	60
4.5.1. Uji Validitas.....	60
4.5.2. Uji Reliabilitas.....	61
4.5.3. Uji Normalitas	62
4.5.4. Uji Heteroskedastisitas	63
4.5.5. Analisis Regresi Linier Sederhana	63
4.5.6. Uji T (Uji Parsial).....	64
4.5.7. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)	65
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.6.1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli	66
4.6.2. Besar Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN