

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
SURAT PERNYATAAN BUKA PLAGIARISME	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Batasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian.....	15
F. Manfaat Penelitian	16
G. Jadwal Penelitian.....	17
H. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20

A. Konsep dan Teori	20
1. Manajemen.....	20
2. Manajemen Pemasaran.....	25
3. Perilaku Konsumen	28
4. <i>Social Media Marketing</i>	32
5. <i>Purchase Intention</i>	38
6. <i>Price Discount</i>	43
B. Kajian Penelitian Terdahulu	48
C. Kerangka Berpikir.....	55
D. Hipotesis.....	60
BAB III METODE PENELITIAN.....	61
A. Metode dan Pendekatan	61
B. Jenis dan Sumber Data	62
C. Populasi dan Sampel	63
D. Operasionalisasi Variabel.....	66
E. Teknik Pengumpulan Data	71
F. Teknik Analisis Data	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	84
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	84
B. Analisis Statistik Deskriptif	89
C. Pengujian dan Hasil Analisis.....	104
D. Pembahasan.....	117
BAB V PENUTUP.....	124

A. Kesimpulan	124
B. Keterbatasan Penelitian.....	125
C. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	137

