

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Peneliti Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Bauran Promosi.....	10
2.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	18
2.2.3 Preferensi Konsumen	19

2.2.4 Karakteristik Media Sosial	20
2.3 Kerangka Konseptual	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi	23
3.2.2 Sampel	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Metode Analisis Data	25
3.5 Validitas dan Reliabilitas	28
BAB IV	29
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Subyek dan Obyek Penelitian	29
4.2 Hasil Analisis Data	31
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	31
4.2.2 Analisis Preferensi Konsumen	33
4.3 Pembahasan Preferensi Konsumen	36
4.4 Implikasi Manajerial	42
BAB V	44
SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46