

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK .....	iv
RINGKESAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS....	8
2.1 Kajian pustaka .....	8
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis .....	8
2.2 Kerangka Konseptual .....	11
2.2.1 Komunikasi.....	11
2.2.2 Konsep Digital Marketing .....	16

2.2.3 Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	25
2.2.4 Minat Berkunjung .....	30
2.3 Kerangka Teoritis .....	31
2.3.1 Teori AIDDA .....	31
2.4 Kerangka Pemikiran .....	34
2.5. Hipotesis .....	40
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Objek penelitian .....	41
3.1.1 Sejarah Singkat Bandung Zoo .....	41
3.1.2 Profil Perusahaan .....	42
3.1.3 Logo.....	43
3.1.4 Visi dan Misi.....	43
3.2 Metodologi Penelitian .....	44
3.2.1 Pradigma Penelitian .....	46
3.2.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	47
3.2.3 Populasi Dan Teknik Sampling .....	50
3.2.4 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	53
3.2.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	55
3.2.6 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.2.7 Uji Regresi Linier Serdehana.....	60
3.2.8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
3.2.9 Uji Hipotesis .....	61
3.2.10 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Responden.....	64

4.2	Gambaran Variabel Penelitian.....	66
4.3	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel .....	67
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Strategi Digital Marketing Bandung Zoo .....	67
4.3.2	Analisis Skor Variabel X Strategi Digital Marketing Bandung Zoo ....	73
4.3.3	Tanggapan Responden mengenai variabel Y minat berkunjung .....	77
4.3.4	Analisis Skor Variabel Y Minat Berkunjung.....	84
4.4	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	86
4.4.1	Uji Validitas .....	86
4.3.2	Reliabilitas .....	88
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	89
4.5.1	Uji Normalitas.....	89
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	90
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	91
4.6	Uji Regresi Linier Serdehana .....	92
4.7	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	94
4.8	Uji Hipotesis.....	95
4.9	Hasil Pembahasan.....	97
4.9.1	Analisis Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Berkunjung di Bandung Zoo.....	97
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2.	Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>108</b>