

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN .....	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
Kata Pengantar .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Peneliti .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	8
1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.3 Karakteristik Jasa Pemasaran Jasa .....	12
2.3.1 Karakteristik Jasa .....	12
2.3.2 Pemasaran Jasa.....	13
2.4 Digital Marketing .....	13

2.5 Minat Beli.....	16
2.5.1 Faktor Minat Beli .....	17
2.5.2 Indikator Minat Beli .....	17
Aspek – Aspek Minat Beli .....	18
2.6 Penelitian Terdahulu .....	19
2.7 Kerangka Pemikiran.....	21
2.8 Hipotesis Penelitian.....	24
<b>BAB II METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.1.2 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	26
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	26
3.2.1 Variabel Penelitian .....	26
3.2.2 Operasional Variabel.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.3.1 Data Primer .....	30
3.3.2 Data Sekunder .....	32
3.4 Teknik Analisis Data.....	32
3.4.1 Uji Validitas .....	32
3.4.2 Uji Linearitas Data .....	33
3.4.3 Uji Reliabilitas Data.....	34
3.4.4 Regresi Linier Sederhana .....	35
3.4.5 Koefisien Korelasi Rank Spearman .....	35
3.4.6 Koefisien Determinasi.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum PT Chlorine Digital Media .....	38
4.1.2 Visi Misi PT Chlorine Digital Media.....	38

4.1.3 Profil Perusahaan Chlorine Bandung .....	39
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan Chlorine Bandung .....	40
4.2 Pelaksanaan Digital Marketing pada PT Chlorine Digital Media.....	41
4.2.1 Digital Marketing .....	41
4.3 Minat Beli Pengguna Jasa Pada PT Chlorine Digital Media Bandung .....	52
4.4 Pengaruh Pelatihan Digital Marketing Terhadap Minat Pengguna Jasa PT Chlorine Digital Media Bandung .....	59
4.4.1 Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian .....	59
4.4.2 Analisis Deskriptif .....	62
4.1.1 Uji Linieritas .....	67
4.1.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	68
4.1.3 Koefisien Korelasi <i>Rank Spearman</i> .....	69
4.1.4 Koefisien Determinasi .....	70
4.5 Hambatan dan Upaya untuk Menghadapi Hambatan dalam Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Jasa Pada PT Chlorine Digital Media Bandung .....	71
4.5.1 Hambatan yang dihadapi perusahaan Dalam Pengaruh Digital marketing terhadap Minat Beli Pengguna Jasa PT Chlorine Digital Media Bandung.....	71
4.5.2 Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam Pengaruh Digital marketing terhadap Minat Beli Pengguna Jasa pada PT Chlorine Digital Media Bandung .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Paradigma penelitian.....	25
Gambar 2 Struktur organisasi Perusahaan chlorine .....	40
Gambar 3 Garis Kontinum Variabel Digital Marketing (X).....	65
Gambar 4 Garis Kontinum Variabel Minat Beli/Pengguna Jasa (Y).....	67

## DAFTAR TABEL

Table 1 Target realisasi pada perusahaan jasa digital marketing.....	3
Table 2 Data pelatihan digital media terhadap minat beli pengguna jasa pada perusahaan chlorine bandung.....	5
Table 3 Data persaingan lingkungan digital marketing bandung .....	6
Table 4 Jadwal kegiatan penelitian .....	10
Table 5 Penelitian terhadulu .....	21
Table 6 Operasional variabel penelitian .....	29
Table 7 Skala likert.....	31
Table 8 Profil PT Chlorine Digital Media Bandung.....	39
Table 9 Tanggapan Responden mengenai mendapatkan informasi melalui tentang jasa pelatihan dari situs <a href="https://chlorinedigitalacademy.com">https://chlorinedigitalacademy.com</a> .....	42
Table 10 Tanggapan Responden mengenai ketertarikan desain dan penyampaian informasi jasa pelatihan pada situs <a href="https://chlorinedigitalacademy">https://chlorinedigitalacademy</a> .....	43
Table 11 Tanggapan Responden mendapatkan informasi melalui fitur pencarian.....	45
Table 12 Tanggapan Responden mengenai iklan berbayar di internet .....	46
Table 13 Tanggapan Responden Mengetahui iklan jasa pelatihan PT Chlorine Digital Media Bandung .....	47
Table 14 Tanggapan Responden Mengenai Mudah Menghubungi Customers Service/Marketing Online.....	49
Table 15 Tanggapan responden mengenai jasa pelatihan aktif iklan di sosial media .....	50
Table 16 Tanggapan Responden mengenai email untuk sarana pemasaran .....	52
Table 17 Tanggapan Responden Mengenai menggunakan jasa pelatihan dalam waktu dekat.....	53
Table 18 Tanggapan Responden Mengenai menggunakan jasa pelatihan dalam waktu lama .....	54
Table 19 Tanggapan Responden mengenai merekomendasikan jasa pelatihan Digital Marketing.....	56
Table 20 Tanggapan Responden Mengenai selalu mencari informasi jasa pelatihan Digital Marketing.....	57
Table 21 Tanggapan Responden mengenai mendukung program jasa pelatihan Digital Marketing.....	59
Table 22 Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas Instrumen .....	61
Table 23 Rekapitulasi Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
Table 24 Pedoman Kategorisasi Skor Tanggapan Responden .....	62
Table 25 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Digital Marketing (X).....	64
Table 26 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli/Pengguna Jasa (Y) .....	66
Table 27 Hasil Uji Linearitas Antara Digital Marketing (X) dan Minat Beli/Pengguna Jasa (Y).....	67
Table 28 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Digital Marketing (X) Terhadap Minat Beli/Pengguna Jasa (Y).....	68
Table 29 Klasifikasi Nilai Koefisien Korelasi Pearson .....	69
Table 30 Koefisien Korelasi antara Digital Marketing (X) dengan Minat Beli/Pengguna Jasa (Y).....	70