

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	8
BAB II Tinjauan Pustaka	10
2.1 Ilmu Administrasi Bisnis.....	10
2.1.1 Admisnistrasi	10
2.1.2 Bisnis	10
2.1.3 Administrasi Bisnis	11
2.2 Pemasaran.....	12
2.2.1 Pengertian pemasaran	12
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Jasa	15
2.3.1 Pengertian Jasa.....	15
2.3.2 Karakteristik Jasa	15
2.4 Digital Marketing	17

2.4.1 Pengertian Digital Marketing.....	17
2.4.2 Indikator Digital <i>Marketing</i>	18
2.5 Media Sosial.....	19
2.5.1 Pengertian Media Sosial.....	19
2.5.2 Karakteristik Media Sosial.....	19
2.5.3 Jenis-Jenis Media sosial.....	21
2.6 Media Sosial Instagram.....	22
2.6.1 Pengertian Instagaram.....	22
2.6.2 Fitur-Fitur Instagram.....	22
2.7 Media Sosial Whatsapp.....	25
2.7.1 Pengertian Whatsapp.....	25
2.7.2 Fitur-Fitur Whatsapp <i>Business</i>	25
2.8 Penjualan.....	26
2.8.1 Pengertian Penjualan.....	26
2.8.2 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	27
2.8.3 Indikator Penjualan.....	28
2.9 Penelitian Terdahulu.....	30
2.10 Kerangka Pemikiran.....	31
2.11 Hipotesis.....	34
BAB III Metode Penelitian.....	36
3.1Metode Penelitian.....	36
3.1.2 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	37
3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian.....	37
3.2Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.2.1 Data Primer.....	40
3.2.2 Data Sekunder.....	44
3.3Teknik Analisa Data.....	44
3.3.1 Uji Validasi.....	44
3.3.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.3.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	46
3.3.4 Korelasi Rank Spearman.....	47
3.3.5 Uji Signifikasi Hubungan (Uji t).....	48
3.3.6 Koefisien Determinasi.....	49
3.3.7 Hipotesis Statistik.....	50

BAB IV Hasil Pembahasan dan Penelitian	51
4.1 Gambaran Umum Family Laundry	51
Visi dan Misi Family Laundry	52
4.1.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Family Laundry.....	52
4.1.3 Karakteristik Responden.....	54
4.2 Penerapan Digital Marketing Dan Kondisi Penjualan Pada Family Laundry	54
4.2.1 Analisis Penerapan Digital Marketing	55
4.2.2 Analisis Peningkatan penjualan	75
4.3 Pengaruh Digital marketing terhadap peningkatan penjualan di Family laundry kabupaten Bandung	83
4.3.1 Analisis Skor	83
4.3.1 Digital marketing	84
4.3.2. Peningkatan penjualan	87
4.3.3 Analisis instrument penelitian	90
4.4 Hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan pada digital marketing di family laundry kabupaten Bandung.	100
4.4.1 Hambatan-hambatan yang di hadapi di Family laundry kabupaten Bandung	100
4.4.2 Upaya-upaya yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan-hambatan di Family laundry kabupaten Bandung	101
BAB V KESIMPULAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran	103
Daftar Pustaka.....	104
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target Penjualan	4
Tabel 1.2 Laba Penjualan	4
Tabel 1.3 Jadwal Peneliti	9
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Oprasional Variabel X.....	37
Tabel 3.2 Oprasional Variabel Y	38
Tabel 3.3 Pemberian nilai (skor) dengan skala Likert	40
Tabel 4.1 Fasilitas Internet	53
Tabel 4.2 Informasi	54
Tabel 4.3 Digital.....	56
Tabel 4.4 Tulisan.....	57
Tabel 4.5 Gambar	59
Tabel 4.6 Video.....	61
Tabel 4.7 Animasi	62
Tabel 4.8 Suara	64
Tabel 4.9 Iklan berbayar	65
Tabel 4.10 Mempromosikan	67
Tabel 4.11 Pemasaran Langsung.....	68
Tabel 4.12 Pemasaran Tidak langsung.....	70
Tabel 4.13 Situs jejaring sosial.....	71
Tabel 4.14 Meningkatkan jumlah produk	73
Tabel 4.15 Layanan yang terjual;	75
Tabel 4.16 Mengembangkan produk baru.....	76
Tabel 4.17 Meningkatkan nilai bisnis.....	78
Tabel 4.18 Meningkatkan ukuran omset.....	79
Tabel 4.19 Resume jawaban kuesioner variabel X.....	82
Tabel 4.20 Nilai bobot standar	83
Tabel 4.21 Resume jawaban kuesioner variabel Y	85
Tabel 4.22 Nilai Bobot skor	86
Tabel 4.23 Hasil uji validasi X.....	88
Tabel 4.24 Hasil uji validasi Y	89

Tabel 4.25 Hasil uji reliabilitas.....	90
Tabel 4.26 Pedoman memberikan interpretasi koefisien.....	91
Tabel 4.27 Hasil uji korelasi	92
Tabel 4.28 Hasil uji regresi linier sederhana.....	93
Tabel 4.29 Hasil uji hipotesis	95
Tabel 4.30 Hasil uji koefisien determinan	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Krangka Berfikir	33
Gambar 3.1 Paradigma Penelitian	35
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel X.....	83
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Y	86
Gambar 4.3 Paradigma Hasil Penelitian	97