

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Maksud dan Tujuan .....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Praktis .....	11
1.4.2 Kegunaan Akademis .....	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.5.2 Waktu Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKAPEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Media Sosial .....	13
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran Media Sosial .....	13
2.1.1.2 Jenis-jenis Pemasaran Media Sosial .....	15
2.1.1.3 Keuntungan Pemasaran Media Sosial.....	16
2.1.1.4 Indikator Pemasaran Media Sosial .....	17
2.1.2 Diferensiasi Produk .....	18

2.1.2.1	Pengertian Diferensiasi Produk.....	17
2.1.2.2	Jenis Industri Berdasarkan Peluang Diferensiasi .....	18
2.1.2.3	Indikator Diferensiasi Produk .....	19
2.1.3	Kinerja Usaha.....	20
2.1.3.1	Pengertian Kinerja Usaha.....	20
2.1.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja .....	22
2.1.3.3	Karakteristik Kinerja Usaha .....	23
2.1.3.4	Indikator Kinerja Usaha .....	24
2.1.4	Penelitian Terdahulu.....	25
2.2	Kerangka Pemikiran .....	28
2.2.1	Hubungan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha.....	30
2.2.2	Hubungan Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Usaha ..	30
2.2.3	Hubungan Media Sosial dan Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Usaha .....	31
2.3	Hipotesis.....	33

### **BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian .....	34
3.2	Metode Penelitian .....	34
3.2.1	Desain Penelitian.....	36
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	39
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	41
3.2.3.1	Sumber Data .....	41
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data.....	42
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.2.4.1	Uji Validitas .....	46
3.2.4.2	Uji Realibilitas .....	48
3.2.4.3	Uji MSI.....	50
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	51
3.2.5.1	Rancangan Analisis .....	51
3.2.5.1.1	Analisis Deskriptif .....	51
3.2.5.1.2	Analisis Verifikatif .....	52

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	64
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	64
4.1.2 Struktur Organisasi.....	65
4.2 Pembahasan Penelitian .....	65
4.2.1 Karakteristik Responden.....	66
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	66
4.2.1.2 Pendidikan Terakhir Responden .....	67
4.2.1.4 Rentang Usia Responden .....	68
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	70
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Pemasaran Media Sosial sebagai Variabel Independen ( $X_1$ ) .....	70
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Diferensiasi Produk sebagai Variabel ( $X_2$ ).....	81
4.2.2.3. Analisis Deskriptif Kinerja Usaha sebagai Variabel (Y).....	87
4.2.3 Analisis Verifikatif .....	88
4.2.3.1 Persamaan Regresi Linier Berganda .....	88
4.2.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	91
4.2.3.3 Analisis Korelasi .....	97
4.2.3.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	100
4.2.3.5 Uji Hipotesis .....	102
4.2.3.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji-T).....	102
4.2.3.5.2 Pengujian Secara Simultan (Uji-F) .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	