DAFTAR ISI

Halaman

Lembar Pengesahan ..... **i**

Lembar Peryataan ..... **ii**

Abstract ..... **iii**

Abstract ..... **iv**

Kata Pengantar ..... **v**

Daftar Isi ..... **vi**

Daftar Tabel ..... **xx**

Daftar Gambar ..... **xxi**

Daftar Lampiran ..... **xxii**

BAB I Pendahuluan **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 2

1.3 Tujuan Penelitian 3

1.4 Pembatasan Masalah 3

1.5 Asumsi 3

1.6 Sitematika Penulisan 3

BAB II Landasan Teori **6**

2.1 Bauran Pemasaran…….. 6

2.1.1 Pengertian Pemasaran 6

Halaman

2.1.2 Definisi Unsur-Unsur Bauran Pemasaran

Strategi Produk (4p)..... 8

2.2 Pengertian Penjualan..... 13

2.2.1 Tujuan Penjualan..... 13

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Volume Penjualan..... 13

2.2.3 Pengertian Volume Penjualan…… 15

2.3 Promosi..... 15

2.3.1 Pengertian Promosi..... 15

2.3.2 Bauran Promosi 17

2.3.3 Konsep Perusahaan Untuk Memasarkan Produk…….. 20

2.4. Pengertian sistem pemasaran 21

2.4.1 Strategi Pemasaran 22

2.5. Social Media……..…….. 24

2.5.1 Pengertian Social Media…….. 24

2.6 Laba…….…….. 25

2.6.1 Pengertian Laba..…..…… 25

2.7 Pengertian Regresi…..…..…...…… 27

2.7.1 Pengertian Regresi Lineir…… 28

2.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana...…… 29

2.8 Analisis Regresi Linier Berganda……...…… 30

Halaman

2.8.1 Uji Regresi Liniear Berganda……. 30

2.8.2 Uji Asumsi Klasik……..……. 31

2.8.3 Uji Normalitas……..……..……. 32

2.8.4 Uji Multikolinearitas…..……..…… 32

2.8.5 Uji Heteroskedastisitas……..……... 32

2.8.6 Uji Autokorelasi……. 32

2.8.7 Uji Analisis Korelasi Berganda…… 33

2.8.8 Analisis Pengaruh Parsial……...…… 33

2.8.9 Koefisien Determinasi….……...…… 33

2.9. Menguji Keberartian Koefisien Regresi…….....…… 33

2.9.1 Pegujian Hipotesis Secara Overall (UjiF).…… 33

2.9.2 Pegujian Hipotesis Secara Parsial (UjiT)..…… 34

BAB III Metode Penelitian..... 35

3.1 *Flow Chart* Penyelesaian Masalah 35

3.2 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah 36

BAB IV Pengumpulan Dan Pengolahan Data..... 38

4.1 Pengumpulan Data 38

4.2 Pengolahan Data 39

4.2.1. Pengaruh Riseler, Facebook, dan Instagram

terhadap nilai penjualan..... 40

Halaman

4.2.1.1 Uji Asumsi Klasik 40

4.2.1.2 Uji Normalitas 40

4.2.1.3 Uji Multikolinearitas 41

4.2.1.4 Uji Heteroskedastisitas 42

4.2.1.5 Uji Autokorelasi 43

4.3 Korelasi Bivariat 44

4.4 Persamaan Regresi Linier Berganda 44

4.4.1 Koefisien Determinasi (Pengaruh Simultan) 45

4.4.2 Pengaruh Parsial…… 46

4.4.3 Menguji Keberartian Koefisien Regresi 46

4.3.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)…….. 47

4.3.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (uji T)..…….. 49

BAB V Analisis 50

5.1 Analisis Uji Asumsi Klasik 50

5.1.1 Uji Normalitas.....…….. 50

5.1.2 Analisis Uji Multikolinearitas…….. 50

5.1.3 Analisis Uji Heteroskedastisitas …….. 50

5.1.4 Uji Autokorelasi…….. 50

5.2. Analisis Korelasi Berganda…….. 50

5.3. Analisis Persamaan Regresi…….. 51

5.4. Analisis Pengaruh Simultan…….. 52

Halaman

5.4.1 Koefisien Determinasi (Pengaruh Simultan)…..…….. 52

5.4.2 Analisis Uji Keberartian ANOVA……..…..…….. 52

5.5. Analisis Pengaruh Parsial…… 53

5.5.1 Pengaruh Riseler terhadap nilai penjualan……... 53

5.5.2 Pengaruh Facebook terhadap nilai penjualan……... 54

5.5.3 Pengaruh Instagram terhadap nilai penjualan……... 55

BAB IV Kesimpulan 56

6.1 Kesimpulan 56

6.2 Saran 57

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN-LAMPIRAN .....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....