# DAFTAR ISI

ABSTRAK i

[KATA PENGANTAR ii](#_TOC_250055)

[DAFTAR ISI iv](#_TOC_250054)

[DAFTAR TABEL vii](#_TOC_250053)

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I PENDAHULAUN 1

* 1. [Latar Belakang Masalah 1](#_TOC_250052)
  2. [Identifikasi Masalah 10](#_TOC_250051)
  3. [Batasan Masalah 11](#_TOC_250050)
  4. [Rumusan Masalah 11](#_TOC_250049)
  5. [Tujuan Penelitian 12](#_TOC_250048)
  6. [Manfaat Penelitian 13](#_TOC_250047)

BAB II LANDASAN TEORITIS 14

* 1. [Kerangka Teori 14](#_TOC_250046)
     1. [Promosi Media Sosial 14](#_TOC_250045)
        1. [Pengertian Promosi 14](#_TOC_250044)
        2. [Pengertian Media Sosial 15](#_TOC_250043)
        3. [Tujuan Promosi Media Sosial 16](#_TOC_250042)
        4. [Karakteristik Media Sosial 16](#_TOC_250041)
        5. [Indikator Promosi Media Sosial 17](#_TOC_250040)
     2. [Pelayanan Pesan Antar 18](#_TOC_250039)
        1. [Pengertian Jasa 18](#_TOC_250038)
        2. Karakeristik Jasa 19
        3. Pelayanan Pesan Antar 20
        4. Faktor-faktor Pelayanan Pesan Antar 21
        5. Indikator Pelayanan 23
     3. [Tingkat Kepuasan Konsumen 23](#_TOC_250037)
        1. [Pengertian Kepuasan Konsumen 23](#_TOC_250036)

iv

* + - 1. [Aspek-aspek Kepuasan Konsumen 24](#_TOC_250035)
      2. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen 25
      3. [Indikator Kepuasan Konsumen 26](#_TOC_250034)
  1. [Penelitian Terdahulu 26](#_TOC_250033)
  2. [Kerangka Konseptual 29](#_TOC_250032)
  3. [Hipotesis 30](#_TOC_250031)

[BAB III METODE PENELITIAN 32](#_TOC_250030)

* 1. [Desain Penelitian 32](#_TOC_250029)
  2. [Populasi dan Sampel 32](#_TOC_250028)
     1. [Populasi 32](#_TOC_250027)
     2. [Sampel 33](#_TOC_250026)
  3. [Lokasi dan Waktu Penelitian 34](#_TOC_250025)
     1. [Lokasi Penelitian 34](#_TOC_250024)
     2. [Waktu Penelitian 34](#_TOC_250023)
  4. [Variabel dan Indikator 35](#_TOC_250022)
     1. [Variabel 35](#_TOC_250021)
     2. [Indikator 35](#_TOC_250020)
  5. [Instrumen Penelitian 38](#_TOC_250019)
  6. [Teknik Pengumpulan Data 38](#_TOC_250018)
  7. [Teknik Analisis Data 39](#_TOC_250017)
     1. [Uji Validitas 40](#_TOC_250016)
     2. [Uji Reliabilitas 41](#_TOC_250015)
     3. [Uji Asumsi Klasik 42](#_TOC_250014)
        1. [Normalitas 42](#_TOC_250013)
        2. [Multikolinieritas 43](#_TOC_250012)
        3. [Heteroskedasitas 43](#_TOC_250011)
        4. [Uji Regresi Linier Berganda 44](#_TOC_250010)
     4. [Uji Hipotesis 44](#_TOC_250009)
     5. [Uji t (Parsial) 45](#_TOC_250008)
     6. [Uji F (simultan) 45](#_TOC_250007)

3.7.8 Koefisien Determinasi 46

v

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 47

* 1. Hasil Penelitian 47
     1. Sejarah PT. Indomarco Prismatama 47
     2. Visi dan Misi 49
     3. Struktur Organisasi 51
     4. Uraian Tugas dan Tanggung jawab 51
     5. Karakteristik Responden 53
     6. Hasil Jawaban Responden Promosi Media Sosial 54
     7. Hasil Jawaban Responden Pelayanan Pesan Antar 57
     8. Hasil Jawaban Responden Kepuasan Konsumen 60
     9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 62
     10. [Uji Asumsi Klasik 64](#_TOC_250006)
     11. [Analisis Regresi Linear Berganda 69](#_TOC_250005)
     12. Hasil Uji Hipotesis 70
     13. Hasil Uji Koefisien Determinasi 73
  2. [Pembahasan Penelitian 74](#_TOC_250004)
     1. Promosi Media Sosial berpengaruh Positif terhadap

Tingkat Kepuasan Konsumen 74

* + 1. Pelayanan Pesan Antar berpengaruh Positif terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen 75
    2. Promosi Media Sosial dan Pelayanan Pesan Antar berpengaruh Positif terhadap Tingkat Kepuasan

Konsumen 76

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 77](#_TOC_250003)

* 1. [Kesimpulan 77](#_TOC_250002)
  2. [Saran 78](#_TOC_250001)

[DAFTAR PUSTAKA 79](#_TOC_250000)

**LAMPIRAN**

vi

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Promosi Harga dan Produk di Indomaret 2

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Variabel Promosi Media Sosial 4

Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan Pesan Antar 6

Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen 7

Tabel 1.5 Data Konsumen 9

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 27

Tabel 3.1 Data Konsumen 33

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian 35

Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel 37

Tabel 3.4 Skala Likert 39

Tabel 3.5 Interprestasi Koefisien Korelasi 41

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 54

Tabel 4.3 Pernyataan 1 Variabel X1 55

Tabel 4.4 Pernyataan 2 Variabel X1 55

Tabel 4.5 Pernyataan 3 Variabel X1 56

Tabel 4.6 Pernyataan 4 Variabel X1 56

Tabel 4.7 Pernyataan 1 Variabel X2 57

Tabel 4.8 Pernyataan 2 Variabel X2 57

Tabel 4.9 Pernyataan 3 Variabel X2 58

Tabel 4.10 Pernyataan 4 Variabel X2 58

Tabel 4.11 Pernyataan 5 Variabel X2 59

Tabel 4.12 Pernyataan 1 Variabel Y 59

Tabel 4.13 Pernyataan 2 Variabel Y 60

Tabel 4.14 Pernyataan 3 Variabel Y 60

Tabel 4.15 Pernyataan 4 Variabel Y 61

Tabel 4.16 Pernyataan 5 Variabel Y 61

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas 63

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas 64

vii

Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Data 65

Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas 67

Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas 68

Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 69

Tabel 4.23 Hasil Uji t 71

Tabel 4.24 Hasil Uji F 72

Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi 73

viii

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 30

Gambar 4.1 Logo Indomaret 50

Gambar 4.2 Maskot Indomaret 50

Gambar 4.3 Struktur Organisasi 51

Gambar 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Histogram 65

Gambar 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik Plot 66

Gambar 4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik Scatterplot 68

ix

Lampiran 1 Kuesioner 81

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian 85

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas 91

Lampiran 4 Tabel R 94

Lampiran 5 Tabel t 95

Lampiran 6 Tabel F 98