**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK i**

**KATA PENGANTAR iii**

**DAFTAR ISI vi**

**DAFTAR TABEl viii**

**DAFTAR GAMBAR x**

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
  2. Identifikasi Masalah 9
  3. Batasan Masalah 9
  4. Rumusan Masalah 9
  5. Tujuan Penelitian 10
  6. Manfaat Penelitian 11

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. Promosi 12
     1. Pengertian Promosi 12
     2. Promosi berbasis Sosial Media 14
        1. Pengertian Promosi Berbasis Sosial Media 14
        2. Efektifitas Media Sosial 15
        3. Bentuk Komunikasi Pemasaran di Media Sosial 16
        4. Indikator Promosi berbasis Sosial Media 19
     3. Potongan Harga 21
        1. Pengertian Potongan Harga 21
        2. Tujuan Potongan Harga 22
        3. Jenis Jenis Potongan Harga 22
        4. Indikator Potongan Harga 23
  2. Keputusan Pembelian oleh Konsumen 24
     1. Pengertian Keputusan Pembelian oleh Konsumen 24
     2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan oleh Pembelian 25
     3. Indikator Keputusan oleh Konsumen 29
  3. Penelitian Terdahulu 32
  4. Kerangka Konseptual 34
  5. Hipotesis 36

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. Desain Penelitian 37
  2. Populasi dan Sampel 37
  3. Lokasi dan Waktu 39
  4. Variabel Penelitian 40
  5. Defenisi Operasional 41
  6. Teknik Pengumpulan Data 42
  7. Pengujian Hipotesis 44
  8. Teknik Analisis Data 47

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

* 1. Hasil Penelitian 51
     1. Gambaran Umum Penelitian 51
     2. Visi, Misi dan Budaya Kerja 51
     3. Struktur Organisasi 53
  2. Pembahasan Penelitian 58
     1. Deskripsi Karakteristik Responden 58
     2. Tanggapan Responden 59
     3. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas 72
2. Uji Reabilitas 74
   * 1. Uji Asumsi Klasik 75
3. Uji Normalitas 75
4. Uji Heteroskedastisitas 76
5. Uji Multikolinieritas 78
   * 1. Regresi Linier Berganda 79
     2. Uji Hipotesis 80
6. Uji Parsial (Uji T) 80
7. Uji Simultan (Uji F) 82
   * 1. Koefisien Determinasi 84
     2. Penelitian Terdahulu 85

**BAB V PENUTUP**

* 1. Kesimpulan 88
  2. Saran 89

**DAFTAR PUSTAKA**  90

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

* 1. Data Penjualan Alfamart W418 2
  2. Hasil Data Pra Survey Alfamart W418 6
  3. Penelitian Terdahulu 32
  4. Jumlah Konsumen Alfamart Per Januari-Maret 2021 38
  5. Rencana Jadwal Penelitian 40
  6. Indikator Keputusan Pembelian 41
  7. Indikator Promosi Berbasis Sosial Media 42
  8. Indikator Potongan Harga 42
  9. Skala Likert 43
  10. Data Responden Bedasarkan Jenis Kelamin 58
  11. Penyajian Variabel Data X1.1 60
  12. Penyajian Variabel Data X1.2 60
  13. Penyajian Variabel Data X1.3 61
  14. Penyajian Variabel Data X1.4 62
  15. Penyajian Variabel Data X1.5 62
  16. Penyajian Variabel Data X1.6 63
  17. Penyajian Variabel Data X2.1 63
  18. Penyajian Variabel Data X2.2 64
  19. Penyajian Variabel Data X2.3 64
  20. Penyajian Variabel Data X2.4 65
  21. Penyajian Variabel Data X2.5 66
  22. Penyajian Variabel Data X2.6 66
  23. Penyajian Variabel Data Y1.1 67
  24. Penyajian Variabel Data Y1.2 67
  25. Penyajian Variabel Data Y1.3 68
  26. Penyajian Variabel Data Y1.4 69
  27. Penyajian Variabel Data Y1.5 69
  28. Penyajian Variabel Data Y1.6 70
  29. Penyajian Variabel Data Y1.7 70
  30. Penyajian Variabel Data Y1.8 71
  31. Penyajian Variabel Data Y1.9 71
  32. Penyajian Variabel Data Y1.10 72
  33. Uji Validitas X1 73
  34. Uji Validitas X2 73
  35. Uji Validitas Y 74
  36. Uji Reabilitas 75
  37. Uji Multikolinieritas 78
  38. Regresi Linier Berganda 79
  39. Uji Pasial (Uji T) 81
  40. Uji Simultan (Uji F) 83
  41. Koefisien Determinasi 84

**DAFTAR GAMBAR**

* 1. Whatsapp Group Alfamart W418 4
  2. Promosi Melalui Status Whatsapp Pribadi Karyawan Alfamart 4
  3. Promosi Melalui Instagram Alfamart 5
  4. Tahapan Pengambilan Keputusan 29
  5. Kerangka Konseptual 35
  6. Struktur Organisasi Alfamafrt W418 53
  7. Diagram Berdasarkan Usia 59
  8. Uji Normalitas 76
  9. Uji Heteroskedastisitas 77