

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	17
1.3 Pembatasan Masalah .....	18
1.4 Perumusan Masalah .....	18
1.5 Tujuan Penelitian .....	19
1.6 Manfaat Penelitian .....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	20
2.1 Kerangka Teoritis .....	20
2.1.1 Pemasaran .....	20
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	20
2.1.1.2 Teori Jenis Pemasaran .....	21
2.1.1.3 <i>Word Of Mouth (WOM)</i> .....	22
2.1.1.4 <i>Realtionship Marketing</i> .....	22
2.1.1.5 Pemasaran Digital .....	23
2.1.1.5 <i>Marketing Public Relation</i> .....	23
2.1.2 <i>Social media Marketing</i> .....	24
2.1.2.1 Pengertian <i>Social media Marketing</i> .....	24
2.1.2.2 Sarana <i>Marketing</i> di <i>social media</i> .....	25
2.1.2.3 Keuntungan <i>Marketing</i> di <i>social media</i> .....	26
2.1.2.4 Dimensi <i>Social media Marketing</i> .....	29
2.1.3 Instagram .....	32
2.1.3.1 Definisi dan sejarah instagram .....	32
2.1.3.2 Fitur Instagram .....	34
2.1.3.3 Faktor yang mempengaruhi toko <i>online</i> di Instagram .....	37
2.1.4 Kepuasan Konsumen .....	39
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	39
2.1.4.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	41
2.1.4.3 Meode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	42
2.1.4.4 Model Kepuasan Konsumen .....	45
2.1.4.5 Tipe-Tipe Ketidakpuasan Konsumen .....	46
2.1.4.6 Strategi Kepuasan Konsumen .....	48
2.1.4.7 Indikator Kepuasan Konsumen .....	49
2.1.5 Loyalitas Konsumen .....	50
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	50
2.1.5.2 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen .....	52

2.1.5.3 Manfaat Loyalitas Konsumen.....	54
2.1.5.4 Karakteristik Loyalitas Konsumen .....	55
2.1.5.5 Indikator Loyalitas Konsumen .....	56
2.2 Penelitian Relevan.....	57
2.3 Kerangka Berfikir.....	59
2.4 Hipotesis.....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>61</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	61
3.2 Populasi dan Sampel .....	61
3.2.1 Populasi.....	61
3.2.2 Sampel.....	62
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional .....	62
3.3.1 Variabel Penelitian .....	62
3.3.2 Defenisi Operasional.....	63
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	64
3.4.1 Jenis Data .....	64
3.4.2 Sumber Data.....	65
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	68
3.6.1 Uji Validitas .....	68
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	69
3.7 Teknik Analisa Data.....	70
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	71
3.7.1.1 Uji Normalitas .....	71
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.....	71
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	72
3.8. Analisis Regresi Berganda .....	72
3.8.1 Uji Hipotesis .....	73
3.8.1.1 Uji t (Parsial) .....	73
3.7.1.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	74
3.7.3.3 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	75
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	76
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	76
4.1.1.1 Gambaran Umum J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> Ringroad .....	76
4.1.1.2 Logo, Visi dan Misi J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> .....	77
4.1.1.2.1 Logo J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> .....	77
4.1.1.2.2 Visi dan Misi J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> .....	78
4.1.2.3 Struktur Organisasi .....	79
4.1.2.4 Produk Donat pada J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> .....	81
4.1.2.5 Pelayanan J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> .....	83
4.1.2.5.1 Layanan J.CO <i>Donuts &amp; Coffee</i> Pesan Antar.....	83
4.1.2.5.2 Layanan Infoline.....	83
4.1.2.5.3 Jaminan Halal Untuk Produk.....	84
4.2 Pembahasan Penelitian.....	85
4.2.1 Identifikasi Responden.....	85

4.2.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
4.2.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	86
4.2.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	87
4.2.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian .....	88
4.2.1.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Kunjungan .....	89
4.3	Uji Instrumen Penelitian .....	90
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	90
4.3.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Social media Marketing</i> Instagram (X1) .....	90
4.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (X2).....	92
4.3.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y) .....	93
4.4	Teknik Analisis Data.....	95
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.1.1	Uji Normalitas .....	95
4.4.1.2	Uji Multikolinearitas.....	98
4.4.1.3	Uji Heterokedastisitas.....	99
4.4.2	Uji Regresi Linear Berganda.....	100
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	102
4.5.1	Uji t (Parsial).....	102
4.5.2	Uji F (Simultan) .....	104
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	105
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian .....	106
4.6.1	Pengaruh <i>Social media Marketing</i> Instagram terhadap Loyalitas Konsumen pada J.CO <i>Donuts &amp; Coffee Ringroad City Walks Mall</i> kota Medan .....	107
4.6.2	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada J.CO <i>Donuts &amp; Coffee Ringroad City Walks Mall</i> kota Medan.....	108
4.6.3	Pengaruh <i>Social media Marketing</i> Instagram dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada J.CO <i>Donuts &amp; Coffee Ringroad City Walks Mall</i> kota Medan .....	109
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1	Kesimpulan .....	111
5.2	Saran .....	111
	DAFTAR PUSTAKA .....	114