

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Variabel-variabel Penelitian .....	9
2.1.1 Daya Tarik Media Sosial .....	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran .....	11

2.1.3 <i>Relationship Capability</i> .....	12
2.1.4 Kinerja Pemasaran .....	14
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	16
2.2.1 Pengaruh Daya Tarik Media Sosial Terhadap <i>Relationship Capability</i> .....	16
2.2.2 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap <i>Relationship Capability</i> .....	16
2.2.3 Pengaruh Daya Tarik Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran .....	17
2.2.4 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran .....	18
2.2.5 Pengaruh <i>Relationship Capability</i> Terhadap Kinerja Pemasaran .....	19
2.3 Kerangka Teori .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel .....	22
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	22
3.3.1 Sumber Data .....	22
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	24
3.5 Teknik Analisis Data .....	26
3.5.1 Analisis Kuantitatif .....	26
3.5.2 Uji Validitas .....	26

3.5.3 Uji Reliabilitas .....	27
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	27
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	30
3.5.6 Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	34
4.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	34
4.1.2 Umur Responden .....	35
4.1.3 Tingkat Pendidikan Responden .....	36
4.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	37
4.2.1 Daya Tarik Media Sosial .....	38
4.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	39
4.2.3 <i>Relationship Capability</i> .....	40
4.2.4 Kinerja Pemasaran .....	40
4.3 Uji Instrumen .....	41
4.3.1 Uji Validitas .....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	43
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	44
4.4.1 Uji Normalitas .....	45
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	46
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
4.6 Uji Hipotesis t .....	52
4.7 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	54
4.8 Pembahasan .....	55
4.8.1 Pengaruh Daya Tarik Media Sosial Terhadap <i>Relationship</i>	

<i>Capability</i> .....	55
4.8.2 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap <i>Relationship</i> <i>Capability</i> .....	56
4.8.3 Pengaruh Daya Tarik Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran .....	57
4.8.4 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran .....	58
4.8.5 Pengaruh <i>Relationship Capability</i> Terhadap Kinerja Pemasaran .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran .....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	62

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel .....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	34
Tabel 4.2 Umur Responden .....	36
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden .....	37
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Terhadap Indikator Variabel Daya Tarik Media Sosial (X1) .....	32
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Terhadap Indikator Variabel Komunikasi Pemasaran (X2) .....	39
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Terhadap Indikator <i>Relationship Capability</i> (Y1) .....	40
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Terhadap Indikator Komunikasi Pemasaran (Y2) .....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas Tahap 1 .....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas Tahap 2 .....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Tahap 1 .....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Tahap 2 .....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji t Tahap 1 .....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji t Tahap 2 .....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Tahap 1 .....	54

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Tahap 2 .....	55
--	----

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	20
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot Tahap 1 .....	45
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot Tahap 2 .....	46
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot Tahap 1 .....	48
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot Tahap 2 .....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 Kuesioner

LAMPIRAN 2 Statistik Deskriptif



## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riska Talitha  
Nim : 30401511998  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Alamat Asal : Jalan Sadewa 4 nomor 1, Semarang 50144  
No. HP / Email : 085640002917 / [riskatalitha@gmail.com](mailto:riskatalitha@gmail.com)

Dengan ini menyerahkan karya Ilmiah saya berupa Skripsi dengan Judul “Model Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Daya Tarik Media Sosial, Komunikasi Pemasaran, dan *Relationship Capability*” dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh . apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 22 Maret 2019

Yang menyatakan,

  
Riska Talitha Heradianti