

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	14
E. Kegunaan Penelitian	14
BAB II KERANGKA TEORITIK, BERPIKIR DAN HIPOTESIS	16
A. Kerangka Teoritik	16
1. Hakikat Kemampuan Pemasaran Sosial	16
2. Hakikat Pelatihan Strategi Pemasaran Media Sosial	21
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	27
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Tujuan Penelitian	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian	31
C. Metode dan Desain Penelitian	31
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Instrumen Penelitian	46

G. Teknik Analisis Data.....	47
H. Hipotesis Statistik.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Deskripsi Data.....	50
1. Data Responden.....	50
2. Data Hasil Tes.....	52
3. Data Hasil Lembar Observasi.....	59
B. Pengujian Persyaratan Analisis.....	61
1. Uji Normalitas.....	61
2. Uji Homogenitas.....	62
C. Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan.....	63
1. Uji Hipotesis (Uji T).....	63
2. Pembahasan.....	64
D. Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Implikasi.....	67
C. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72