

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Skripsi.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori.....	14
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Konseptual	30
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
1. Pendekatan Penelitian.....	33
2. Jenis Penelitian	34
B. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	34
1. Sumber Data	34
2. Variabel Penelitian	35
C. Skala Pengukuran.....	36
1. Traffic	36
2. <i>Call To Action (CTA)</i>	36
3. <i>Conversion Rate</i>	37
4. <i>Customer Experience</i>	38
5. <i>Engagement Rate</i>	38
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	39
1. Pengumpulan Data.....	39
2. Instrumen Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	41
B. Profil Perusahaan	42
1. CV. Indoniaga Technology Corpora	42
C. Deskripsi Data.....	44
1. <i>Graffik Chat</i> dari <i>Website</i> dan Media Sosial	44
2. <i>Call To Action</i>	65
3. <i>Conversion Rate</i>	66
4. <i>Customer Experience</i> Media Sosial.....	67
5. <i>Engagetmen Rate Youtube</i>	71
6. <i>Engagetment Rate Facebook</i>	74
D. Hipotesis.....	76
BAB V PEMBAHASAN	79
A. Efektivitas Kanal Pemasaran <i>Website</i> Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perusahaan Teknologi CV. Indoniaga Technology Corpora.....	79

B. Efektivitas Kanal Pemasaran Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perusahaan Teknologi CV. Indoniaga Technology Corpora.....	81
C. Perbandingan Efektivitas Antara Kanal Pemasaran <i>Website</i> dengan Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan pada Perusahaan Teknologi CV. Indoniaga Technology Corpora.....	82
D. <i>Flowchat Website</i> dan <i>Flowchat</i> Media Sosial Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Teknologi CV. Indoniaga Technology Corpora.....	85
BAB VI PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95