

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Landasan Teori	9
F. Penelitian Terdahulu	31
G. Kerangka Berfikir	34
H. Hipotesis	36
I. Batasan Penelitian	36
J. Definisi Operasional	36
K. Metode Penelitian	37
L. Jenis dan Sumber Data	38
M. Metode Pengumpulan Data	39
N. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	40
BAB II GAMBARAN UMUM <i>FRESH SALAD</i>	45
A. Sejarah Berdiri <i>Fresh Salad</i>	45
B. Identitas Pengusaha <i>Fresh Salad</i>	47
C. Visi dan Misi <i>Fresh Salad</i>	47

D. Struktur Organisasi	47
BAB III ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	49
A. Data Penjualan <i>Fresh Salad</i> (Digital Marketing).....	49
B. Data Penjualan Bulanan <i>Fresh Salad</i> Melalui Instagram dan Whatsapp.....	50
C. Data Penjualan Mingguan <i>Fresh Salad</i> Melalui Instagram dan Whatsapp.....	50
BAB IV PENGUJIAN HIPOTESIS	54
A. Independent z Test dan Pengujian Hipotesis	54
B. Prediksi Trend Penjualan dan Pengujian Hipotesis	55
BAB V PEMBAHASAN	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	