

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Profil StartUp	1
1.1.2. Visi dan Misi.....	1
1.1.3. Logo StartUp.....	2
1.1.4. Jenis Produk StartUp.....	2
1.2. Latar Belakang	3
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Kegunaan Penelitian.....	9
1.6. Batasan Masalah.....	10
1.7. Sistematika Penulisan Laporan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12

2.1.3	SOSTAC	13
2.1.4	Media Sosial.....	15
2.1.5	Instagram.....	15
2.2	Penelitian Terdahulu.....	16
2.3	Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Pendekatan Penelitian.....	21
3.2	Jenis Penelitian	21
3.3	Tahapan Penelitian	22
3.3.1	Tahapan Pra-Lapangan.....	22
3.3.2	Tahap Lapangan	22
3.3.3	Tahap Pengolahan Data.....	23
3.4	Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1	Informan atau Sumber Data	23
3.4.2	Instrumen Penelitian.....	23
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5	Uji Keabsahan Data	26
3.5.1	Uji Kredibilitas Data	27
3.5.2	Pengujian <i>Transferability</i>	30
3.5.3	Pengujian <i>Dependability</i>	31
3.5.4	Pengujian <i>Konfirmability</i>	31
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Reduksi Data	32
3.6.2	Penyajian Data	33
3.6.3	Penarikan Kesimpulan	33

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Deskripsi Informan.....	35
4.1.2 Hasil Wawancara	35
4.1.3 Hasil Observasi	40
4.1.4 Hasil Dokumentasi	41
4.2 Analisis Perencanaan.....	42
4.2.1 Situation Analysis	42
4.2.2 Objective	43
4.2.3 Strategy	44
4.2.4 Tactic.....	44
4.2.5 Action.....	44
4.2.6 Control	45
4.3 Penerapan Metode SOSTAC.....	45
4.3.1 Situation Analysis	45
4.3.2 <i>Objective</i>	51
4.3.3 <i>Strategy</i>	52
4.3.4 <i>Tactic</i>	55
4.3.5 <i>Action</i>	55
4.3.6 <i>Control</i>	56
4.4 Evaluasi	57
4.5 Pembahasan	57
BAB V HASIL PENELITIAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63