

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Visi dan Misi	2
1.3 Struktur Organisasi	2
1.4 Latar Belakang Penelitian	2
1.5 Rumusan Masalah	5
1.6 Tujuan Penelitian	6
1.7 Kegunaan Observasi	6
1.7.1 Keunggulan Teoritis	6
1.7.2 Kegunaan Praktisi	6
1.8 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Rangkuman Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	9

2.1.3 Bauran Promosi	9
2.1.4 Online Marketing Dan Social Media Marketing	13
2.2 Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Definisi Data Kualitatif	24
3.3 Definisi Sumber Data	24
3.4 Definisi Metode Penelitian	25
3.5 Proses Penelitian Kualitatif	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	26
3.7 Variabel Operasional	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil dan Pembahasan	28
4.2 Pembahasan	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Perkembangan Factory Outlet dan Distro Kota Solo	3
Tabel 2.1 Bauran Promosi.....	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Variabel Operasional	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan Tio Kingdom	1
Gambar 1.2 Struktur Organisasi	2
Gambar 1.3 Produk Tio Kingdom	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Proses Penelitian Kualitatif	25
Gambar 4.1 Ukuran Baju Tio Kingdom	29
Gambar 4.2 Harga Produk Tio Kingdom	30
Gambar 4.3 Format Order Produk Tio Kingdom	30
Gambar 4.4 Content LINE Tio Kingdom	31
Gambar 4.5 Hasil Produk Tio Kingdom	32
Gambar 4.6 Followers Tio Kingdom Di Instagram	34
Gambar 4.7 Progress Tio Kingdom	35
Gambar 4.8 Caption Tio Kingdom Di Instagram	36
Gambar 4.9 Geotagging Oleh Konsumen	37
Gambar 4.10 Tanda Suka Di Instagram Tio Kingdom	38
Gambar 4.11 Hastag Tio Kingdom Di Instagram	38