DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN II
HALAMAN PERNYATAAN III
ABSTRAK IV
ABSTRACT V
KATA PENGANTAR VI
DAFTAR ISI 2
DAFTAR TABEL 4
DAFTAR GAMBAR 4
BAB I PENDAHULUAN 6
1.1 Latar Belakang 6
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Tujuan Penelitian 12
1.4 Kegunaan Penelitian 12
1.4.1 Secara Teoritis 12
1.4.2 Secara Praktis 13
1.5 Batasan Penelitian 13
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 Pemasaran 15
2.1.2 Manajemen Pemasaran 16
2.1.3 Marketing mix 17
2.1.4 Sosial Media Marketing 18
2.1.4. Online marketing 19
2.1.7 Minat Beli 20
2.1.8 Instagram 21
2.2 Penelitian Terdahulu 21
2.3 Kerangka Pemikiran 25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 26
3.1 Pendekatan Penelitian 26
3.2 Jenis Penelitian 26
3.3 Tahapan Penelitian 27
3.4 Data, Sumber Data, Dan Narasumber 27
3.4.1 Data 27
3.4.1 Sumber Data 28
3.4.3 Narasumber 28
3.4.4 Narasumber 28
3.5 Uji Keabsahan Data Yang Diperoleh 30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN 32
4.1 Hasil Wawancara 32
4.2 Hasil Dokumentasi 37
4.3 Perencanaan Konten Marketing @Gudieparfumbdg 38
4.4 Pemetaan Konten Untuk Menarik Minat Beli 40

4.4 Penerapan Konten Marketing Guide Parfum 41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 45
5.1 Kesimpulan 45
5.2 Saran 45
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan 45
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 46
DAFTAR PUSTAKA 47