

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan penelitian	8
1.6 Batasan Masalah	9
1.7 Sistematika Penulisan Proyek akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Bauran pemasaran	12
2.1.3 Segmenting	13
2.1.4 Targeting	14
2.1.5 Positioning	14
2.1.6 Sosial Media	15
2.1.7 Instagram	15
2.2 Penelitian terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran (<i>Conceptual Framework</i>)	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20

3.1 Pendekatan Penelitian	20
3.2 Jenis Penelitian	20
3.2.1 Non Interaktif	20
3.3 Tahap Penelitian Kualitatif	21
3.4 Pengumpulan Data	22
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Teknik Analisis Keabsahan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 Deskripsi Informan.....	31
4.1.2 Hasil Wawancara <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	31
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .Error! Bookmark not defined.	
4.2.2 Volume Penjualan	38
4.2.3 Perancangan Konten Instagram	40
4.2.4 Hasil Dokumentasi	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47