

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Marketing Mix	10
2.1.4 Promosi	11
2.1.5 Digital Marketing.....	12
2.1.6 Media Sosial.....	12
2.1.7 Minat Beli	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19

3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Tahapan Penelitian.....	20
3.4 Populasi dan Sampel.....	21
3.4.1 Populasi.....	21
3.4.2 Sampel.....	21
3.5 Pengumpulan Data.....	22
3.5.1 Pengumpulan Data dengan Observasi.....	22
3.5.2 Pengumpulan Data dengan Wawancara	23
3.5.3 Kisi-Kisi Wawancara.....	23
3.6 Uji Keabsahan Data yang Diperoleh	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1 Deskripsi Informan	29
4.1.2 Hasil Observasi	29
4.1.3 Hasil Wawancara.....	30
4.2 Hasil Pembahasan Penelitian.....	34
4.2.1 Perencanaan Konten.....	34
4.2.2 Penjadwalan Konten	37
4.2.3 Penerapan Desain Konten	41
4.3 Hasil Optimalisasi Konten Media Sosial Instagram.....	56
4.4 Hasil Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	59
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	59
5.2.2 Saran Bagi Penulis	60
5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	65