

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>i</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>ii</i>
PERNYATAAN	<i>iii</i>
ABSTRAK.....	<i>iv</i>
ABSTRACT.....	<i>v</i>
DAFTAR ISI	<i>vi</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>ix</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>x</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>2</i>
1.1 Latar Belakang	<i>2</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>6</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>6</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>6</i>
1.5 Batasan Ruang Lingkup	<i>6</i>
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	<i>6</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	<i>8</i>
2.1 Landasan Teori.....	<i>8</i>
2.1.1 Pemasaran	<i>8</i>
2.1.2 Manajemen Pemasaran	<i>8</i>
2.1.3 Strategi Pemasaran	<i>8</i>
2.1.4 Pemasaran Digital.....	<i>10</i>
2.1.5 Media Sosial	<i>10</i>

2.1.6	Instagram	10
2.1.7	Analisis Sosial Media	10
2.2	Penelitian Terdahulu.....	11
2.3	Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III METODE PENELITIAN		16
3.1	Pendekatan Penelitian	16
3.2	Jenis Penelitian	16
3.3	Variable Operasionalisasi	16
3.4	Tahapan Penelitian	20
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.5.1	Tempat Penelitian	21
3.5.2	Waktu Penelitian	21
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6.1	Informan atau Sumber Daya Penelitian	21
3.6.2	Instrumen Penelitian	22
3.7	Teknik Analisis Data	22
3.7.1	Teknik Pengumpulan Data dengan Observasi	22
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data dengan Wawancara	24
3.7.3	Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen	26
3.7.4	Teknik Pengumpulan Data dengan Triangulasi.....	26
3.8	Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Deskripsi Hasil.....	29
4.1.1	Deskripsi Informan	29
4.1.2	Hasil Observasi.....	29
4.1.3	Hasil Wawancara	32

4.1.4 Hasil Dokumentasi	37
4.2 Analisis Dan Interpretasi Data	38
<i>BAB V PENUTUP</i>.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	49
<i>LAMPIRAN</i>.....	52