

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Perancangan .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Teoritis .....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	16
2.2.2 Analisis SWOT .....	17
2.2.3 Promosi .....	19
2.2.3.1 Pengertian Promosi dan Tujuan Promosi .....	19
2.2.4 Bauran Promosi .....	23
2.2.5 Strategi Promosi .....	24
2.2.6 Media Social .....	26

2.2.7 Minat Beli .....	27
2.2.8 Keputusan Pembelian.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Tipe Penelitian .....	34
3.3 Metode Penelitian.....	34
3.4 Subyek Penelitian.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Data Primer .....	36
3.5.2 Data Sekunder .....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	39
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.2.1 Visi Perusahaan .....	41
4.1.2.2 Misi Perusahaan .....	41
4.2 Hasil Penelitian .....	42
4.2.1 Tahapan Strategi Promosi OTW Food Street Meruya.....	49
4.2.2 Tahapan Strategi Promosi Melalui Instagram.....	52
4.2.3 Tahapan Strategi Promosi Melalui LINE@ .....	59
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Tahapan Strategi Promosi Melalui Instagram.....	70
4.3.2 Tahapan Strategi Promosi Melalui LINE@ .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77

5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81
<b>LAMPIRAN</b> .....	85
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	109

