

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan penelitian yang akan dilakukan penulis.

No	Nama Peneliti	Objek Penelitian	Judul Penelitian	Paradigma	Metode	Teori	Hasil Penelitian
1	Corry Anestia	Pemasaran Smartfren Melalui Facebook Dan Twitter	Strategi Komunikasi Pemasaran Smartfren Melalui Facebook Dan Twitter Pada Program I Hate Slow Dalam Mencapai Loyalitas Pelanggan	Konstruktivisme	Kualitatif	Creswell, John W	Sejak diperkenalkan, program ini mampu mendorong kenaikan average revenue per user (ARPU) pelanggan smartfren secara signifikan pada periode 2012

2	Seto Kuncoro	Holistica r Ester C	Straregi Fanpage facebook Holicicare Ester C Dalam Mendapatkan Followernya Pada periode tahun 2014	Interpre tif	Kual itatif	Burha n Bungi n	Sosial menjadi trend baru untuk media pemasaran setiap <i>brand</i> pada saat ini, fanpage facebook menjadi media gratis yang cakupan luas media sosial menjadi murah dan efektif sebagai salah satu media untuk kegiatan pemasaran.
---	-----------------	------------------------	--	-----------------	----------------	--------------------------	---

3	Munarsi h	Kamera Digital X-Series	Strategi Promosi Kamera Digital X- Series Melalui Media <i>Instagram</i> Dalam Meningkatkan Penjualan.	postpos itivis	desk riptif	Prof Dr Sugiy ono	Dalam penelitian ini peneliti melihat bahwa PT Fujifilm Indonesia memang menggunakan sebuah strategi promosi dalam mempromosi kan produk- produknya, dan strategi promosi itu terencana dan tersusun dengan baik untuk
---	--------------	-------------------------------	---	-------------------	----------------	----------------------------	--

							meningkatkan penjualan ditahun 2015
--	--	--	--	--	--	--	---

