

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>III</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABLE.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>X</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.3 Pemasaran .....	14
2.3.1 Konsep Pemasaran.....	16
2.3.2 Proses Pemasaran .....	17
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.5 Komunikasi Pemasaran Terpadu (integrated marketing communication) .....	18
2.5.1 Peran Integrated Marketing Communication (IMC) .....	19
2.5.2 Ciri – ciri Utama IMC.....	20
2.5.3 Kaitan Bauran Pemasaran dan Integrated Marketing Communication (IMC) .....	22
2.6 E – Marketing (Internet Marketing) .....	25
2.7 Media Sosial.....	28

2.7.1	Pengertian Media Sosial .....	28
2.7.2	Manfaat Media Sosial .....	29
2.8	Instagram.....	30
2.8.1	Fitur - Fitur Instagram .....	30
2.9	Keputusan Pembelian .....	35
2.10	Minat Beli .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	38
3.2	Metode Penelitian.....	39
3.3	Subyek Penelitian .....	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Data Primer .....	42
3.4.2	Data Sekunder .....	42
3.5	Teknik Analisis Data .....	43
3.6	Teknik Keabsahan Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>46</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
4.1.1	Visi, Misi, dan, Nilai Perusahaan .....	49
4.1.2	Struktur Organisasi PT Dunia Makmur Jaya (Breadlife Bakery).....	50
4.2	HASIL PENELITIAN .....	53
4.2.1	Strategi integrated Marketing Communication .....	55
4.2.1.1	Perencanaan.....	55
4.2.1.2	Diagram Flow Chart .....	60
4.2.2	Aktivitas Pemasaran .....	63

4.2.3 Alasan penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi	
@BreadlifeBakery .....	70
4.2.4 Hambatan Strategi .....	72
4.2.5 Hasil dari Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Pada PT	
Dunia Makmur Jaya.....	74
4.2.6 Tanggapan Pelanggan Breadlife .....	76
4.2.6.1 Pelanggan baru .....	76
4.2.6.2 Pelanggan loyal .....	78
4.3 Pembahasan.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>.81</b>
5.1 Kesimpulan .....	.81
5.2 Saran .....	.82
5.2.1 Saran Akademis.....	.82
5.2.2 Saran Praktis.....	.83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	