

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	9
1.3. Identifikasi Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Akademis.....	11
1.5.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3. Bauran Pemasaran.....	20
2.4. Promosi	23
2.4.1. Fungsi Promosi.....	24
2.4.2. Tujuan Promosi	24
2.4.3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	26
2.4.4. Perilaku Konsumen	30

2.4.5. Proses Pengambilan Keputusan Membeli	30
2.5. Instagram.....	31
2.6. Unsur-Unsur STP	34
2.6.1. Segmentasi.....	34
2.6.2. <i>Targeting</i>	35
2.6.3. <i>Positioning</i>	36
2.7. Analisis SWOT	36
2.8. Cafe	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1. Paradigma Penelitian	40
3.2. Metode Penelitian	41
3.3. Subyek Penelitian.....	42
3.4. Lokasi Penelitian.....	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.1. Data Primer.....	47
3.5.2. Data Sekunder	49
3.6. Teknik Analisis Data.....	50
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.1.1. Profil Perusahaan.....	55
4.2. Hasil Penelitian	56
4.2.1. Perencanaan Promosi.....	56
4.2.2. Pelaksanaan/Aktivitas Digital Marketing.....	60
4.2.3. Pengaplikasian Fitur-Fitur Instagram oleh Due Cafe.....	62
4.2.4. Hambatan.....	65
4.3. Pembahasan.....	67
4.3.1. Promosi Melalui Media sosial Instagram	69
4.3.2. Fitur-Fitur Instagram	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80
CURRICULUM VITAE	101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA