

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vii
PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	01
1.2. Fokus Penelitian	09
1.3. Identifikasi Masalah	10
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4.1. Maksud Penelitian	10
1.4.2. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1. Manfaat Penelitian	11
1.5.2. Kegunaan Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kajian Teori.....	27
2.2.1. Definisi Strategi	27
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	28
2.2.3. Bauran Komunikasi Pemasaran	30
2.2.3.1. Periklanan (<i>Advertising</i>)	35
2.2.3.2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	36
2.2.3.3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	36
2.2.3.4. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	38
2.2.3.5. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	38
2.2.4. Analisis SWOT	40

2.2.4.1.	<i>Strenghts</i> (Kekuatan)	40
2.2.4.2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	40
2.2.4.3.	<i>Opportunities</i> (Peluang)	41
2.2.4.4.	<i>Threats</i> (Ancaman)	41
2.2.5.	Pengertian Jasa	42
2.2.6.	Pengertian <i>Retailing</i>	43
2.2.7.	Jenis <i>Retailing</i>	44
2.3.	Kerangka Pemikiran	46

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Objek Penelitian	50
3.2.	Paradigma Penelitian	51
3.3.	Metode Penelitian	51
3.4.	Key Informan	53
3.5.	Jenis dan Sumber Data	54
3.6.	Teknik dan Pengumpulan Data	55
3.7.	Teknik Analisis Data	57
3.8.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	60

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	62
4.1.1.	Profil HappyFresh <i>Grocery Delivery</i>	62
4.1.2.	Visi dan Misi HappyFresh <i>Grocery Delivery</i>	69
4.1.3.	Struktur Organisasi HappyFresh <i>Grocery Delivery</i>	69
4.1.4.	Target Market <i>HappyFresh</i>	70
4.2.	Hasil Penelitian	74
4.2.1.	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	76
4.2.2.	Personal Selling (Penjualan Pribadi)	80
4.2.3.	Periklanan (<i>Advertising</i>)	83
4.2.4.	Public Relations (Hubungan Masyarakat)	89
4.2.5.	Direct Marketing (Pemasaran Langsung)	96
4.3.	Pembahasan	98
4.3.1.	Analisis SWOT	98
4.3.2.	Bauran Komunikasi Pemasaran	102

BAB V. PENUTUP

5.1.	Kesimpulan	110
5.2.	Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	114
-----------------------	-----

LAMPIRAN	
-----------------	--

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
-----------------------------	--