

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	19
2.4 Analisis Pemasaran.....	20
2.4.1 <i>Product Life Cycle (PLC)</i>	20
2.4.2 <i>Segmentation Targeting Positioning (STP)</i>	22

2.5	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.6	Merek (<i>Brand</i>).....	24
2.7	Elemen Merek	25
2.8	Identitas Merek.....	27
2.9	<i>Startup E-Commerce</i>	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Paradigma.....	30
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.3	Subyek Penelitian	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.4	Sumber data primer.....	34
3.4.2	Sumber data sekunder.....	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Agrowing.co.id.....	38
4.1.2	Visi Misi Agrowing.co.id.....	41
4.1.3	Struktur Organisasi	42
4.1.4	Lini Bisnis	42
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Analisa Elemen Merek.....	48
4.2.2	Analisa Segmentasi Pasar	50
4.2.3	Analisa <i>Targeting Positioning Segmentation</i>	51
4.2.4	Analisis Identitas Merek	53

4.2.5	Analisa Kompetitor Merek Serupa.....	54
4.2.6	Analisa Strategi	55
4.3	Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		71

