

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN TA	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TA	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.1 Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya.....	8
2.1.2 Strategi Promosi Buku “Critical Eleven” oleh Akun Instagram Ika Natassa.....	9
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement pada Online Shop di Indonesia.....	9
2.1.4 Strategi Promosi Batik Gunawan Setiawan.....	10
2.1.5 Communication Strategy Of Suji In Instagram.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.1.1 Digital Marketing.....	15
2.2.2 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	22
2.2.2.1 Segmentasi.....	22
2.2.2.2 Targeting.....	22
2.2.2.3 Positioning.....	23
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	24
2.2.3.1 Produk (<i>Product</i>).....	25
2.2.3.2 Harga (<i>Price</i>).....	26
2.2.3.3 Tempat (<i>Place</i>).....	26
2.2.3.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	28
2.2.4 Promosi.....	28
2.2.4.1 Tujuan Promosi.....	29
2.2.5 Strategi Promosi.....	30
2.2.5.1 RACE.....	31
2.2.6 New Media.....	33
2.2.6.1 Social Media Marketing.....	35

2.2.6.1.1 Jejaring Sosial.....	38
2.2.6.1.1.1 Facebook.....	39
2.2.6.1.1.2 Twitter.....	40
2.2.6.1.1.3 Instagram.....	42
2.2.7 Influencer Marketing.....	46
2.2.7.1 Key Opinion Leader (KOL).....	46
2.2.7.2 Blogger.....	46
2.2.7.3 Influencer.....	47
2.2.8 Kesadaran Merek (Brand Awareness).....	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Subyek Penelitian.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 Data Primer.....	52
3.4.2 Data Sekunder.....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil ERHA.....	55
4.1.2 Profil ERHASTORE.CO.ID.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	58
4.2.2 STP.....	59
4.2.3 Bauran Pemasaran.....	61
4.2.4 Strategi Promosi.....	62
4.2.4.1 RACE.....	63
4.2.5 New Media.....	64
4.2.5.1 Social Media Marketing.....	64
4.2.6 Instagram.....	64
4.2.7 Influencer Marketing.....	65
4.2.7.1 Influencer.....	65
4.2.8 Brand Awareness.....	69
4.3 Pembahasan.....	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA.....	77
----------------------------	-----------

LAMPIRAN