

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.3 Strategi Promosi	22
2.4 Promosi	25
2.4.1 Tujuan Promosi.....	28
2.5 Analisa SWOT	28

2.6 Bauran Promosi.....	30
2.7 Sosial Media.....	31
2.7.1 Facebook.....	33
2.7.2 Twitter.....	34
2.7.3 Instagram.....	36
2.7.3.1 Sejarah Instagram.....	37
2.7.3.2 Fungsi Instagram.....	38
2.7.3.3 Komponen Instagram.....	38
2.8 Minat Beli.....	43
2.9 Keputusan Pembelian.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Paradigma Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Subjek Penelitian.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.1 Data Primer.....	52
3.4.2 Data Sekunder.....	53
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan.....	55

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	58
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab Divisi	59
4.1.4 Media Sosial Instagram Coffee Rider	60
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 STP	63
4.2.2 Deskripsi SWOT	65
4.2.3 Strategi Promosi Coffee Rider	67
4.2.4 Strategi Promosi Instagram Coffee Rider	71
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 Analisis STP	83
4.3.2 Analisis SWOT	84
4.3.3 Strategi Promosi Melalui Instagram	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Akademis	93
5.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	