

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGATAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II PEMBAHASAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Digital Marketing .....	11

2.2.1 Sejarah Digital Marketing .....	16
2.2.2 Praktik Digital Marketing .....	18
2.2.3 Strategi Digital Marketing .....	20
2.2.4 Perencanaan Pemasaran Digital .....	21
2.2.5 Pilihan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital .....	30
2.2.6 Menjaga Kesetiaan Pelanggan .....	33
2.3 Media Sosial .....	34
2.3.1 Jenis-Jenis Media Sosial .....	38
2.3.2 Ciri-ciri Media Sosial .....	40
2.3.3 Dampak Positif dan Negatif Media Sosial.....	41
2.3.4 Facebook .....	44
2.3.5 Prinsip Dasar Berjualan di Facebook .....	47
2.3.6 Jaringan Facebook .....	48
2.3.7 Instagram .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	53
3.2 Tipe Penelitian .....	54
3.3 Metode Penelitian .....	55
3.4 Subyek Penelitian .....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.6 Teknik Analisis Data .....	60
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	61

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
4.2 Hasil Penelitian .....	69
4.2.1 Usaha, Produk & Hasil .....	70
4.2.2 Motivasi .....	77
4.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	80
4.2.4 Hambatan/Kendala .....	93
4.3 Pembahasan .....	96
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>109</b>
5.1 Simpulan .....	109
5.2 Saran .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	111

