

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Profil MP Mart	1
1.1.2. Sejarah Perusahaan	1
1.1.3. Logo Perusahaan MP Mart.....	1
1.1.4. Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.5. Struktur Organisasi.....	2
1.1.6. Produk/Layanan.....	2
1.2. Latar Belakang.....	3
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Batasan Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran	11
2.1.2. Pemasaran.....	11
2.1.3. Bauran Strategi Pemasaran.....	12
2.1.4. Implementasi	13
2.1.5. Ritel	13
2.1.6. Promosi.....	13
2.1.7. Bauran Promosi	14
2.1.8. <i>Media Marketing</i>	14

2.1.9. <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.10. <i>Media Sosial Marketing</i>	15
2.1.11. <i>Konten Marketing</i>	16
2.1.12. <i>Signage dan Wayfinding</i>	16
2.1.13. <i>Digital Signage</i>	17
2.1.14. <i>Sign</i>	17
2.1.15. <i>Signage System</i>	18
2.1.16. <i>Fungsi dan Peranan Signage</i>	19
2.1.17. <i>Visibilitas, Readibilitas, dan Legibilitas</i>	19
2.2. <i>Kerangka Pemikiran</i>	20
2.3. <i>Model Penelitian</i>	21
2.4. <i>Penelitian Terdahulu</i>	21
BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN	23
3.1. <i>Pendekatan Penelitian</i>	23
3.2. <i>Jenis Penelitian</i>	23
3.3. <i>Variabel Operasional</i>	24
3.4. <i>Tahapan Penelitian</i>	25
3.5. <i>Populasi dan Sampel</i>	26
3.6. <i>Pengumpulan Data</i>	29
3.6.1. <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	29
3.6.2. <i>Observasi</i>	30
3.6.3. <i>Teknik Pengumpulan Data Dengan Wawancara</i>	34
3.6.4. <i>Teknik Pengumpulan Data Dengan Dokumen</i>	38
3.6.5. <i>Triangulasi</i>	39
3.7. <i>Uji Keabsahan Data</i>	41
3.8. <i>Teknik Analisis Data</i>	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 <i>Hasil Penelitian</i>	48
4.1.1. <i>Deskripsi Informan</i>	48
4.1.2. <i>Hasil Observasi</i>	48
4.1.3. <i>Hasil Wawancara</i>	49
4.1.4. <i>Hasil Dokumentasi</i>	56
4.2 <i>Analisis Penelitian</i>	57
4.2.1. <i>Peralatan dan Media</i>	57

4.2.2. Perancangan.....	58
4.3 Hasil Perancangan dan Penerapan.....	62
4.3.1. Digital Signage	62
4.3.2 Media Pendukung.....	67
4.4 Evaluasi	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	67