

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	2
1.1.3. Logo dan Makna Logo	2
1.1.4. Produk atau Layanan.....	3
1.2. Latar Belakang.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Kegunaan Penelitian.....	11
1.6. Batasan Masalah	11
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Pemasaran.....	14
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3. Fungsi Manajemen Pemasaran	15
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	16
2.1.5 Media Sosial	16
2.1.6 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.7 Teori Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan Penelitian	25
3.2. Jenis Penelitian.....	25
3.3. Variabel Operasional	25
3.4. Tahapan Penelitian	29
3.5. Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1. Populasi.....	30
3.5.2. Sampel.....	31
3.6. Pengumpulan Data	31
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data dengan Observasi	32
3.6.2. Teknik Pengumpulan Data dengan Wawancara	34
3.6.3. Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumentasi.....	36
3.6.4. Teknik Pengumpulan Data dengan Triangulasi	37
3.7. Uji Keabsahan Data	37
3.8. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Tahap Perencanaan.....	42
4.1.1. Deskripsi Informan	42
4.1.2. Hasil Penelitian.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	55
5.1.1. Bagi Perusahaan.....	
5.3. Bagi Peneliti Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59