

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Aspek Teoritis .....	8
1.4.2 Aspek Praktis .....	9
1.5 Tahapan Penelitian.....	9
1.6 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian .....	10
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2 Waktu Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Tinjauan Teori .....	25
2.2.1. New Media .....	25
2.2.2 Digital Marketing .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	32
3.2 Metode Penelitian .....	33
3.3 Objek Dan Subjek Penelitian.....	34
3.3.1 Objek Penelitian .....	34
3.3.2 Subjek Penelitian.....	35
3.4 Definisi Konsep .....	35
3.5 Informan .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	38
3.8 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
4.1 Mengenai Gadgetarian Apple .....	42
4.1.1 Profil Gadgetarian Apple .....	42
4.2 Karakteristik Informan.....	43

4.2.1	Informan Utama .....	46
4.2.2	Informan Pendukung .....	47
4.3	Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....	47
4.3.1.	Digital Marketing Jasa Servis Handphone Gadgetarian Apple .....	48
4.3.2.	Be Found .....	51
4.3.3.	Be Clear.....	55
4.3.4.	Be Memorable .....	58
	Model Penelitian .....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>63</b>
5.1	Simpulan.....	63
5.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>65</b>
	Daftar Buku .....	65
	Daftar Situs .....	65
	Sumber Lain:.....	66
	Skripsi 66	
	Jurnal Internasional .....	66
	Jurnal Nasional.....	67
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>68</b>