

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	10
2.1 Wisata Kuliner.....	10
2.2 Konsep Restoran.....	10
2.3 Jenis – Jenis Makanan Khas dari Berbagai Negara	11
2.4 Konsep <i>Korean Food</i>	14
2.4.1 Jenis – Jenis <i>Korean Food</i>	14
2.5 <i>Marketing</i>	19
2.6 Bauran Promosi	20
2.6.1 Promosi Penjualan	23
2.6.2 Tujuan Promosi Penjualan	25
2.7 Konsep <i>Viral Marketing</i>	28
2.7.1 <i>Media Viral Marketing</i>	30
2.7.2 <i>Elemen Viral Marketing</i>	31
2.7.3 <i>Instrument Viral Marketing</i>	32
2.7.4 <i>Kriteria Viral Marketing</i>	32

2.7.5	Indikator <i>Viral Marketing</i>	33
2.8	Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Objek Penelitian.....	40
3.2	Metode Penelitian	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1	Pengumpulan Data dengan Wawancara/ <i>Interview</i>	41
3.3.2	Pengumpulan Data dengan Pengamatan/ <i>Observasi</i>	42
3.3.3	Pengumpulan Data dengan Dokumentasi	43
3.4	Profil Informan.....	43
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.5.1	Tempat Penelitian	44
3.5.2	Waktu Penelitian.....	44
3.5.3	Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Sejarah	45
4.1.1	Mujigae.....	45
4.1.2	Wonjo.....	47
4.1.3	Seorae	50
4.2	Pelaksanaan <i>Viral Marketing</i>	53
4.2.1	Pelaksanaan <i>Viral Marketing</i> di Mujigae.....	53
4.2.2	Pelaksanaan <i>Viral Marketing</i> di Wonjo.....	57
4.2.3	Pelaksanaan <i>Viral Marketing</i> di Seorae.....	61
4.3	Seberapa Efektifitas <i>Viral Marketing</i>	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	65
5.2.1	Mujigae.....	65
5.2.2	Wonjo.....	66
5.2.3	Seorae	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		69