

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	6
1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	6
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran	11
2.3 Promosi.....	11
2.4 Tujuan Promosi	12
2.5 Bauran Promosi	12
2.5 Penelitian Terdahulu.....	14
2.6 Kerangka Pemikiran	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.3.1 Subjek Penelitian	27
3.3.2 Objek Penelitian	27
3.4 Lokasi Penelitian	28
3.5 Populasi dan Sampel.....	28
3.5.1 Sampel dan Informan.....	29
3.6 Instrumen penelitian	30

3.7 Unit Analisis	30
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.9 Teknik Analisis Data	34
3.10 Teknik Keabsahan Data	35
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Informan Kunci.....	39
4.2 Hasil Penelitian Informan Kunci	40
4.2.1 <i>Online marketing dan social media</i>	41
4.2.2 <i>Sales Promotion</i>	42
4.2.3 <i>Event and Experience</i>	43
4.2.4 <i>Advertising</i>	45
4.2.5 <i>Personal Selling</i>	47
4.3 karakteristik Responden Konsumen	48
4.3.1 Karakteristik Berdasarkan umur	48
4.3.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.3.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
4.4 Hasil Penelitian Responden Konsumen	50
4.5 Pembahasan.....	59
4.3.1 <i>Online marketing dan social media</i>	59
4.3.2 <i>Sales Promotion</i>	60
4.3.3 <i>Event and Experience</i>	61
4.3.4 <i>Advertising</i>	61
4.3.5 <i>Personal Selling</i>	62
BAB V.....	64
PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Praktisi.....	65
5.2.2 Saran Akademik	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68
Lampiran 1.....	68
Lampiran 2.....	69
Lampiran 3.....	74

Lampiran 4.....	79
Lampiran 5.....	84