

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Visi, Misi, Tagline, Tujuan, Manfaat	1
1.1.2 Struktur Organisasi.....	2
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Aspek Teoritis	10
1.5.2 Aspek Praktisi	10
1.6 Sistematikan Laporan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Strategi Pemasaran Digital	14
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	17
2.2 Citra Merek	20
2.3 <i>Above The Line</i>	21
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian.....	32

3.2	Subjek dan Objek Penelitian	33
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3.1	Lokasi Penelitian	34
3.3.2	Waktu Penelitian	34
3.4	Informan Kunci	34
3.5	Pengumpulan Data Penelitian	34
3.5.1	Observasi	34
3.5.2	Wawancara	35
3.5.3	Dokumentasi.....	36
3.6	Teknik Analisis Data.....	36
3.7	Teknik Keabsahan Data	37
3.7.1	Uji Kredibilitas (Tringulasi).....	37
3.7.2	Uji Transferabilitas.....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1	Karakteristik Narasumber	39
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P).....	40
4.2.2	Media Iklan ATL.....	40
4.2.3	Rencana dan Strategi Pemasaran Above The Line	42
4.2.4	Mengembangkan Strategi Pemasaran Above The Line ..	46
4.2.5	Strategi Pemasaran ATL	47
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.3.1	Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P).....	48
4.3.2	Media Iklan Above The Line	49
4.3.3	Rencana dan Strategi Pemasaran Above the Line.....	50
4.3.4	Jadwal Strategi Pemasaran	50
4.4	Uji Keabsahan Data.....	51
4.4.1	Uji Kredibilitas	51
4.4.2	Uji Transferabilitas.....	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Kesimpulan	53

5.1.1	Strategi Promosi Above the Line (ATL).....	53
5.1.2	Inovasi dalam Bauran Pemasaran.....	53
5.2	Saran.....	53
5.2.1	Saran untuk UMKM EatNEat	53
5.2.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	54
DAFTAR REFERENSI		55
LAMPIRAN.....		60