

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	6
1.2.1 Rumusan Masalah Mikro.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	15
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	15
2.1.2.2 Unsur Komunikasi	16
2.1.2.3 Proses Komunikasi	17
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi	18
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	19
2.1.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	19
2.1.3.2 Proses Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.3.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	23
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Promosi	23
2.1.4.1 Pengertian Strategi	23
2.1.4.2 Pengertian Promosi	25
2.1.4.3 Strategi Promosi	26
2.1.5 Tinjauan Tentang Konveksi.....	28
2.1.6 Tinjauan Tentang Minat	29
2.1.7 Tinjauan Tentang Konsumen.....	31
2.1.7.1 Pengertian Konsumen	31
2.1.7.2 Minat Beli Konsumen.....	31
2.1.7.3 Kepuasan Konsumen	32
2.1.8 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	33

2.1.8.1 Fungsi Media Sosial.....	34
2.1.9 Tinjauan Tentang Instagram.....	36
2.1.9.1 Fitur Fitur Instagram.....	36
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	46
3.2 Informan Penelitian.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.3.1 Studi Pustaka.....	51
3.3.2 Studi Lapangan.....	53
3.4 Uji Keabsahan Data.....	56
3.5 Teknik Analisa Data.....	58
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	61
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	61
3.6.2 Waktu Penelitian.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	69
4.1.1.1 Sejarah Konveksi Madrick.....	69
4.1.1.2 Visi dan Misi serta Logo Konveksi Madrick.....	70
4.1.1.3 Struktur Organisasi Konveksi Madrick.....	72
4.1.1.4 Konveksi Madrick.....	73
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian.....	74

4.1.2.1 Informan Kunci.....	75
4.1.2.2 Informan Pendukung.....	77
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian.....	80
4.1.3.1 Periklanan yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Melalui Instagram.....	81
4.1.3.2 Penjualan Pribadi yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	85
4.1.3.3 Promosi Penjualan yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Mendorong Minat Beli Konsumen.....	88
4.1.3.4 Hubungan Masyarakat yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	93
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	97
4.2.1 Periklanan yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	98
4.2.2 Penjualan pribadi yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	102
4.2.3 Promosi Penjualan yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	105
4.2.4 Hubungan Masyarakat yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	109
4.2.5 Strategi Promosi Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	118
5.2.1 Saran bagi Konveksi Madrick	118
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	169

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Informan Kunci	50
Tabel 3.2	Informan Pendukung	51
Tabel 3.3	Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Informan Kunci	67
Tabel 4.2	Jadwal Wawancara Informan Pendukung	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Alur Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 3.1	Komponen Analisis Data Model Kualitatif	59
Gambar 4.1	Logo Konveksi Madrick.....	71
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Konveksi Madrick	72
Gambar 4.3	Informan Kunci 1	75
Gambar 4.4	Informan Kunci 2	76
Gambar 4.5	Informan Pendukung 1	77
Gambar 4.6	Informan Pendukung 2	78
Gambar 4.7	Informan Pendukung 3	79
Gambar 4.8	Informan Pendukung 4	80
Gambar 4.9	Instagram Ads.....	82
Gambar 4.10	<i>Feeds</i> Instagram.....	83
Gambar 4.11	Promosi <i>Cashback</i>	90
Gambar 4.12	Promosi November	91
Gambar 4.13	Promosi <i>Give Away</i>	92
Gambar 4.14	Model Periklanan yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	101
Gambar 4.15	Model Penjualan Pribadi yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	104
Gambar 4.16	Model Promosi Penjualan yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	108

Gambar 4.17	Model Hubungan Masyarakat yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	111
Gambar 4.18	Model Strategi Promosi yang dilakukan Konveksi Madrick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen	115
Gambar L.1	Promosi Instagram.....	161
Gambar L.2	Profil Instagram	162
Gambar L.3	Instagram Feeds.....	163
Gambar L.4	Wawancara dengan Informan Kunci 1	164
Gambar L.5	Wawancara dengan Informan Pendukung 1	165
Gambar L.6	Wawancara dengan Informan Pendukung 2.....	166
Gambar L.7	Wawancara dengan Informan Pendukung 3.....	167
Gambar L.8	Wawancara dengan Informan Pendukung 4.....	168

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Persetujuan Menjadi Pembimbing	123
Lampiran 2	Surat Rekomendasi Mengikuti Seminar UP	124
Lampiran 3	Surat Pengajuan Pendaftaran UP	125
Lampiran 4	Berita Acara Bimbingan	126
Lampiran 5	Lembar Revisi Usulan Penelitian	127
Lampiran 6	Pedoman Observasi	128
Lampiran 7	Pedoman Wawancara	130
Lampiran 8	Hasil Observasi	134
Lampiran 9	Transkrip Wawancara	138
Lampiran 10	Dokumentasi	161