

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Studi Terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	14
2.2.1 Pengertian Komuniaksi Pemasaran.....	14
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	17
2.3 Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram.....	21
2.4 Tinjauan Tentang Minat Beli.....	27

2.4.1	Pengertian Minat Beli .....	27
2.4.2	Aspek-Aspek Minat Membeli .....	28
2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	29
2.5	Tinjauan Tentang Konsumen.....	34
2.6	Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1	Desain Penelitian .....	39
3.2	Informan Penelitian .....	39
3.2.1	Informan Kunci .....	40
3.2.2	Informan Pendukung.....	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.3.1	Studi Pustaka.....	42
3.3.2	Studi Lapangan .....	43
3.4	Uji Keabsahan Data .....	44
3.5	Teknik Analisa Data .....	45
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	47
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	47
3.6.2	Waktu Penelitian .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>50</b>
4.1	Analisis Objek Penelitian .....	50
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	54
<b>4.1.1.1</b>	<b>Sejarah Yoichiz.....</b>	<b>55</b>
<b>4.1.1.2</b>	<b>Struktur Organisasi, Tugas dan Fungsi Yoichiz .....</b>	<b>57</b>
<b>4.1.1.3</b>	<b>Visi dan Misi Yoichiz .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.1.4</b>	<b>Logo Yoichiz .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1.1.5</b>	<b>Instagram Yoichiz .....</b>	<b>61</b>
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian .....	65

4.1.2.1	<b>Deskripsi Informan Kunci</b> .....	66
4.1.2.2	<b>Deskripsi Informan Pendukung</b> .....	67
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian.....	70
4.1.3.1	<b>Periklanan (Advertising) Yoichiz Melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Kota Bandung</b> .....	70
4.1.3.2	<b>Personal Selling Yoichiz Melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Kota Bandung</b>	76
4.1.3.3	<b>Promosi Penjualan Yoichiz Melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Kota Bandung</b>	81
4.1.3.4	<b>Hubungan dengan Masyarakat Yoichiz Melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Kota Bandung</b> .....	83
4.2	Hasil Pembahasan.....	86
4.2.1	Pembahasan Periklanan Strategi Komunikasi Pemasaran Yoichiz Melalui Instagram .....	87
4.2.2	Pembahasan Personal Selling Strategi Komunikasi Pemasaran Yoichiz Melalui Instagram .....	93
4.2.3	Pembahasan Promosi Penjualan Strategi Komunikasi Pemasaran Yoichiz Melalui Instagram .....	98
4.2.4	Pembahasan Hubungan Masyarakat Strategi Komunikasi Pemasaran Yoichiz Melalui Instagram.....	103
4.2.5	Model Keseluruhan Strategi Komunikasi Pemasaran Yoichiz Melalui Instagram (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Yoiciz Melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Kota Bandung).....	109
<b>BAB V</b>	.....	<b>113</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>113</b>
5.2	Kesimpulan .....	113

5.2 Saran .....	116
5.2.1 Saran Bagi Yoichiz .....	116
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>181</b>