

DAFTAR ISI

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2.4 Digital Marketing	19
2.1.3 Tinjauan Tentang Media Sosial	20
2.1.3.1 Pengertian Media Sosial.....	20
2.1.3.2 Manfaat Media Sosial.....	21
2.1.3.3 Kelebihan Media Sosial	21
2.1.3.4 Kekurangan Media Sosial	22
2.1.4 Tinjauan Tentang Instagram	23
2.1.5 Tinjauan Tentang Konsumen	24
2.1.6 Tinjauan Tentang Minat Beli Konsumen.....	24
2.1.6.1 Aspek-Aspek Minat Beli Konsumen.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan data	33

3.4.1 Studi Pustaka.....	34
3.4.2 Studi Lapangan.....	35
3.5 Informan Penelitian	37
3.5.1 Informan Kunci	39
3.5.2 Informan Pendukung.....	40
3.6 Uji Keabsahan Data.....	41
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Proses Analisis Data.....	44
3.8 Lokasi Dan Waktu Penelitian	45
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.8.2 Waktu Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Analisis Objek Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	50
4.1.1.1 Sejarah Sainangel	50
4.1.1.2 Struktur Organisasi Sainangel	51
4.1.1.3 Visi Misi Sainangel	53
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	53
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci	54
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung.....	56
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	58

4.1.3.1 Kegiatan Periklanan Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung	59
4.1.3.2 Kegiatan Promosi Penjualan Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung.....	63
4.1.3.3 Kegiatan Pemasaran Langsung Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung.....	66
4.2 Pembahasan	69
4.2.1 Periklanan Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung	69
4.2.2 Promosi Penjualan Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung.....	74
4.2.3 Pemasaran Langsung Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung.....	78
4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Sainangel Melalui Akun Instagram @Sainangel_ Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran bagi perusahaan Sainangel	88
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	119