DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 8

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu Sejenis 12

2.1.1 Tinjauan Tentang Komunikasi 15

2.1.1.1 Definisi Komunikasi 15

2.1.1.2 Bentuk-bentuk Komunikasi 18

2.1.1.3 Unsur-unsur Komunikasi 19

2.1.1.4 Fungsi Komunikasi 23

2.1.1.5 Tujuan Komunikasi 25

2.1.1.6 Proses Komunikasi 25

2.1.1.7 Karakteristik Komunikasi 27

2.1.1.8 Konteks Komunikasi 28

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 30

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 30

2.1.2.2 Bauran Pemasaran 34

2.1.2.3 Bauran Promosi 41

2.1.3 Tinjauan Tentang *Internet Marketing* 48

2.1.3.1 Pengertian *Internet Marketing* 48

2.1.3.2 Komponen *Internet Marketing* 49

2.1.3.3 Jenis-Jenis Internet Marketing 51

2.1.3.4 Keuntungan *Internet Marketing* 52

2.1.3.5 Model *Internet Marketing* 54

2.1.3.6 Pengaruh *Internet Marketing* 55

2.1.4 Tinjauan Tentang Konsumen (Pembeli) 57

2.1.4.1 Pengertian Konsumen 57

2.1.4.2 Minat Beli Konsumen 57

2.2 Kerangka Pemikiran..... 59

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 69

3.1.1 Desain Penelitian..... 69

3.2 Teknik Penentuan Informan..... 73

3.2.1 Informan Penelitian..... 73

3.3 Teknik Pengumpulan Data..... 74

3.4 Uji Keabsahan Data 78

3.5 Teknik Analisa Data 84

3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 87

3.6.1 Lokasi Penelitian..... 87

3.6.2 Waktu Penelitian..... 87

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 91

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 91

4.1.2 Logo *Invictus* Bandung 93

4.1.3 Struktur Organisasi *Invictus* Bandung..... 94

4.1.4 Job Description..... 95

4.2 Identitas Informan 99

4.3 Analisis Penelitian 115

4.3.1 Produk Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen 115

4.3.2 Harga Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen 126

4.3.3 Komunikasi Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen 132

4.3.4 Komunitas Bauran Pemasaran Internet Invictus Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen 145

4.3.5 Distribusi Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam menarik minat beli konsumen 150

4.3.6 Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat beli Konsumen 154

4.4 Pembahasan hasil penelitian 156

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 180

5.2 Saran 185

5.2.1 Bagi *Invictus* Bandung 185

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya 186

DAFTAR PUSTAKA 187

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 12

Tabel 3.1 Data Informan 74

Tabel 3.2 Waktu Penelitian 88

Tabel 4.1 Jadwal Wawancara dengan Informan Penelitian dan Pendukung .. 100

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Hubungan Antara Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran 33

Gambar 2.2 Bagan Alur Pemikiran Peneliti..... 68

Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data..... 79

Gambar 3.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data..... 81

Gambar 3.3 Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif 85

Gambar 4.1 Logo *Invictus* Bandung 93

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan 94

Gambar 4.3 Informan Evan Hernandes..... 101

Gambar 4.4 Informan Zamzam..... 104

Gambar 4.5 Informan Jody Mevrayano 108

Gambar 4.6 Informan Muhammad Riandy 110

Gambar 4.7 Informan Nurul Maulyda 113

Gambar 4.8 Produk Edisi Thank God Series 126

Gambar 4.9 Harga Produk *Invictus* Bandung 132

Gambar 4.10 Potongan harga untuk Pembelian Online..... 132

Gambar 4.11 Tampilan Website *Invictus* Bandung 143

Gambar 4.12 Tampilan Page Manager..... 143

Gambar 4.13 Status Admin Manda..... 144

Gambar 4.14 Contoh Artikel di Media Sosial Twitter..... 144

Gambar 4.15 Publikasi yang dilakukan oleh komunitas GNFI..... 150

Gambar 4.16 Distribusi Produk *Invictus* Bandung di Zalora..... 153

Gambar 4.17 Distribusi Produk *Invictus* Bandung di *Garlick Store*..... 154

Gambar 4.18 Produk yang telah di Pesan melalui Transaksi Online..... 155

Gambar 4.19 Model mengenai Produk Online *Invictus* Bandung…… 159

Gambar 4.20 Model mengenai Harga online *Invictus* Bandung..... 161

Gambar 4.21 Analisis Media Online yang di gunakan oleh *Invictus* Bandung 166

Gambar 4.22 Model Proses Komunikasi Online melalui Pemasaran Online *Invictus* Bandung..... 173

Gambar 4.23 Model Mengenai Komunitas yang Diajak bekerjasama oleh *Invictus* Bandung secara *online* 176

Gambar 4.24 Model mengenai Distribusi yang Dilakukan oleh *Invictus* Bandung secara *Online*..... 178

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Fotocopy Surat Izin Penelitian dari Dekan 189

Lampiran 2 Fotocopy Surat Balasan Penelitian dari Perusahaan 190

Lampiran 3 Fotocopy Berita Acara Bimbingan 191

Lampiran 4 Fotocopy Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti SUP 192

Lampiran 5 Fotocopy Lembar Revisi Usulan Penelitian 193

Lampiran 6 Fotocopy Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana 194

Lampiran 7 Fotocopy Surat Rekomendasi Sidang Sarjana 195

Lampiran 8 Fotocopy Lembar Revisi Sidang Sarjana 196

Lampiran 9 Pedoman Observasi 197

Lampiran 10 Hasil Observasi 198

Lampiran 11 Pedoman Wawancara 205

Lampiran 12 Transkip Wawancara 213

Lampiran 13 Data Informan 256

Lampiran 14 Dokumentasi Penelitian 261

Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup 270