

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan penelitian	8
1.5 Manfaat penelitian	9
1.6 Kerangka pemikiran	10
1.6.1 Skema Konseptual	21
1.7 Penelitian terdahulu	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	30
2.1 Manajemen	30
2.1.1 Fungsi manajemen	32
2.2 Pemasaran	36
2.3 Manajemen Pemasaran	38
2.3.1 Pengertian manajemen pemasaran	38
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen pemasaran	39

2.3.3 Konsep Manajemen Pemasaran	40
2.4 Bauran pemasaran	42
2.4.1 Konsep Bauran Pemasaran	43
2.5 Promosi	51
2.4.2 Pengertian Promosi	51
2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Promosi	56
2.4.4 Indikator Promosi	57
2.5 Sosial Media	58
2.5.1 Ciri-ciri Media Sosial	58
2.5.2 Jenis-jenis Media Sosial	59
2.6 Instagram	61
2.7 Key Opinion Leader	66
2.7.1 Influencer	Error! Bookmark not defined.
2.8 Brand awareness	71
2.8.1 Pengertian Brand Awareness	71
2.9 AISAS	74
BAB III METODE PENELITIAN	78
3.1 Desain Penelitian	78
3.2 Objek Penelitian	81
3.2.1 Sejarah Durchvolk	83
3.2.2 Profile Durchvolk	85
3.2.3 Informan penelitian	91
3.3 Teknik Pengumpulan Data	93
3.3.1 Studi Pustaka	93
3.3.2 Studi Lapangan	95
3.4 Uji Keabsahan Data	98
3.5 Teknik Analisis Data	101

3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	103
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	103
3.6.2	Waktu penelitian.....	103
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		105
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	105
4.1.1	Durchvolk.....	105
4.1.2	Instagram.....	106
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian.....	109
4.2.1	Deskripsi Identitas Responden	115
4.3	Hasil Penelitian.....	118
4.3.1	Strategi Perumusan Pemasaran.....	119
4.3.2	Strategi Penentuan Pasar Sasaran.....	122
4.3.3	Strategi Penentuan Posisi Pasar	123
4.4	AISAS	125
4.4.1	AISAS.....	125
4.5	Brand Awareness	126
4.5.1	Brand Region.....	127
4.5.2	Brand Recall.....	128
4.5.3	Purchase.....	128
4.5.4	Consumptions.....	129
4.6	Pembahasan Penelitian.....	130
4.6.1	Analisis Peran <i>Influencer</i>	130
4.7	Strategi Pemasaran Menggunakan Instagram dan <i>Influencer</i>	141
4.7.1	<i>Advertising</i>	142
4.7.2	<i>Personal selling</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.3	Sales promotion.....	146
4.7.3	Public Relation	148

4.7.4 Direct Marketing	150
BAB V PENUTUP	152
5.1 Kesimpulan	152
5.2 Saran	154
5.2.1 Saran Bagi Durchvolk	154
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN PENDUKUNG	162

