

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Kajian Terdahulu	11
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Kajian Teoretis tentang Pemasaran.....	15
B. Kajian Teoretis tentang Bauran Pemasaran.....	20
C. Kajian Teoretis tentang Digital Marketing.....	24
D. Kajian Teoretis tentang Media Sosial	32
E. Kajian Teoretis tentang Perilaku Konsumen	38
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Kehadiran Penelitian	45

C. Lokasi Penelitian	45
D. Sumber Data.....	46
E. Prosedur Pengumpulan Data	47
F. Analisis Data.....	51
G. Pengecekan Keabsahan Data	52
H. Tahap-Tahap Penelitian	54
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Paparan Data	56
B. Temuan Penelitian.....	77
C. Pembahasan	79
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	91
DAFTAR RUJUKAN	92
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN	97
RIWAYAT HIDUP	129