

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Sebelumnya.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
B. Metode Pengumpulan Data.....	38
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	40
D. Konsep Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48

A. Analisis Hasil	48
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	35
Tabel 4. 1 Rencana Konten Partnership	50
Tabel 4. 2 Analisis Eksternal Magali Boutique	51
Tabel 4. 3 Analisis SWOT Magali Boutique	51
Tabel 4. 4 Matriks IFE (Internal Faktor Evalution)	52
Tabel 4. 5 Matriks EFE (Eksternal Factor Evalution).....	53
Tabel 4. 6 SMART Objectives.....	55
Tabel 4. 7 Segmentasi Pasar Magali Boutique	58
Tabel 4. 8 Positioning Magali Boutique	59
Tabel 4. 9 Rencana Konten Partnership.....	61
Tabel 4. 10 Integrasi Data Pelanggan Offline dan Online	64
Tabel 4. 11 Daftar Tools	64
Tabel 4. 12 Elemen 7P	70
Tabel 4. 13 Strategi Harga	73
Tabel 4. 14 Saluran Distribusi.....	75
Tabel 4. 15 Strategi Promosi.....	77
Tabel 4. 16 KPI Control.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 SOSTAC Marketing Planning Model	26
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4. 1 Flowchart Sosial Media Marketing	60
Gambar 4. 2 Diagram Swimlane	62
Gambar 4. 3 Diagram Strategi Meningkatkan Minat Pelanggan	66
Gambar 4. 4 Contoh Polling Instagram Story	67
Gambar 4. 5 Contoh Testimoni Instagram Story	69
Gambar 4. 6 Gambar Konten Produk 1.....	71
Gambar 4. 7 Gambar Konten Produk 2.....	72
Gambar 4. 8 Gambar Konten Produk 3.....	72
Gambar 4. 9 Contoh Penerapan Flash Sale	74
Gambar 4. 10 Tugas Tim Pemasaran	78
Gambar 4. 11 Flowchart Process	79
Gambar 4. 12 Mockup Profil Instagram	80
Gambar 4. 13 Strategi Konten Instagram.....	81
Gambar 4. 14 Mockup Feed Instagram.....	81
Gambar 4. 15 Hashtag & Caption.....	82
Gambar 4. 16 Gantt Chart Action	83
Gambar 4. 17 Rencana Implementasi dan Evaluasi.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3. Hasil Wawancara

