

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN SAMPUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
PERYATAAN KEASLIAN	
LEMBAR PELIMPAHAN HAK CIPTA	
KETERANGAN PLAGIASI.....	
MOTTO	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Strategi Promosi.....	10
2.1.1 Pengertian Promosi.....	10
2.1.2 Tujuan Promosi.....	11
2.1.3 Bentuk-Bentuk Promosi	13
2.1.4 Pengertian Strategi Promosi	17
2.1.5 Tujuan Strategi Promosi.....	19
2.1.6 Indikator Strategi Promosi	20
2.2 Media Sosial	22
2.2.1 Pengertian Media Sosial	22
2.2.2 Karakteristik Sosial Media	24
2.2.3 Jenis-Jenis Media Sosial	24
2.2.4 Indikator Media Sosial	26
2.3 Penjualan.....	27
2.3.1 Pengertian Penjualan	27
2.3.2 Tujuan Penjualan	29
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	31
2.3.4 Peningkatan Penjualan.....	33
2.3.5 Indikator Penjualan.....	35

2.4 Penelitian Terdahulu	35
2.5 Kerangka Berpikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian	43
3.3 Lokasi Penelitian	44
3.3.1 Lokasi Penelitian	44
3.3.2 Jadwal Penelitian	44
3.4 Sumber Data	44
3.5 Instrumen Penelitian	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7 Teknik Analisi Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskriptif Tempat Penelitian	52
4.1.1 Sejarah CV. Wery Group Kota gunngsitoli	52
4.1.2 Visi dan Misi CV. Wery Group Kota Gunngsitoli.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi CV. Wery Group Kota Gunngsitoli	55
4.2 Analisi Hasil Wawancara	56
4.2.1 Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial.....	56
4.2.2 Analisis Tingkat penjualan	63
4.2.3 Faktor-Faktor Mempengaruhi Media Sosial	64
4.3 Hasil Pembahasan.....	66
4.3.1 Strategi Promosi di CV. Wery Group Gunngsitoli	67
4.3.2 Kendala Dalam Melaksanakan Promosi	75
4.3.2 Peningkatan Penjualan CV. Wery Group Gunngsitoli.....	77
4.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pejualan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Produk Batik.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	41