

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Kegunaan Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi Promosi	8
2.1.1 Pengertian Strategi Promosi	8
2.1.2 Bauran Promosi	9
2.1.3 Manfaat Strategi Promosi	10
2.1.4 Tujuan Strategi Promosi	11
2.1.5 Indikator Strategi Promosi	13
2.2 Media Sosial	14
2.2.1 Pengertian Media Sosial	14
2.2.2 Kriteria Media Sosial	15
2.2.3 Karakteristik Media Sosial	16
2.2.4 Ciri-Ciri Media Sosial	18
2.2.5 Jenis-Jenis Media Sosial	18
2.2.6 Fungsi Media Sosial	20
2.2.7 Dampak Media Sosial	21

2.2.8 Indikator Media Sosial	22
2.3 Volume Penjualan.....	23
2.3.1 Pengertian Volume Penjualan	23
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	25
2.3.3 Jenis-Jenis Volume Penjualan.....	26
2.3.4 Tujuan Penjualan.....	27
2.3.5 Tahapan-Tahapan Penjualan	28
2.3.6 Cara Penjualan	29
2.3.7 Indikator Volume Penjualan	30
2.4 Penelitian Terdahulu	32
2.5 Kerangka Berpikir	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian.....	39
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	40
3.3.1 Lokasi Penelitian	40
3.3.2 Jadwal Penelitian.....	40
3.4 Sumber Data	41
3.5 Instrumen Penelitian	42
3.5.1 Informan Penelitian	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisa Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Pasar Ya'ahowu Kota Gunungsitoli.....	46
4.1.2 Visi dan Misi Pasar Ya'ahowu Kota Gunungsitoli	47

4.1.3 Karakteristik Informan	47
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Strategi Promosi Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha di Pasar Ya'ahowu Kota Gunungsitoli Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Volume Penjualan	49
4.2.2 Kendala Yang Dihadapi Pelaku Usaha Dalam Menjalankan Strategi Promosi Melalui Media Sosial.....	69
4.2.3 Solusi atau Upaya Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Untuk Mengatasi Kendala Dalam Promosi Melalui Media Sosial	78
4.3 Pembahasan	84
4.3.1 Strategi Promosi Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha di Pasar Ya'ahowu Kota Gunungsitoli Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Volume Penjualan	84
4.3.2 Kendala Yang Dihadapi Pelaku Usaha Dalam Menjalankan Strategi Promosi Melalui Media Sosial.....	86
4.3.3 Solusi atau Upaya Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Untuk Mengatasi Kendala Dalam Promosi Melalui Media Sosial	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	