

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Lingkup Penelitian	8
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Pemasaran Digital di Industri Kreatif.....	11
2.2. Pemasaran Viral	16
2.3. Komunikasi Digital	19
2.4. Pemasaran Media Sosial.....	23
2.5. Perilaku Pelanggan dalam Jaringan.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Metode Pengumpulan Data	29
3.2.1. Pengumpulan Data Primer	30
3.2.2. Pengumpulan Data Sekunder.....	32
3.3. Instrumen Penelitian.....	32
3.4. Metode Analisis Data	34
3.5. Validitas Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Profil Partisipan.....	37

4.2. Analisis Data Wawancara	38
4.2.1. Reduksi Data	39
4.2.2. Analisis Hasil Reduksi Data	48
4.3. Triangulasi Data	101
BAB V SIMPULAN.....	114
5.1. Simpulan	114
5.2. Saran	116
5.3. Keterbatasan.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengguna Internet di Indonesia dari 2018 sampai 2022	2
Tabel 4.1. Alasan Hobikoe Memilih Pemasaran Digital.....	39
Tabel 4.2. Sarana Pemasaran Digital yang Digunakan Hobikoe	40
Tabel 4.3. Keunggulan yang Dimiliki Hobikoe	41
Tabel 4.4. Kekurangan yang Dimiliki Hobikoe	41
Tabel 4.5. Pesaing yang Dihadapi Hobikoe	42
Tabel 4.6. Posisi Merek Hobikoe di Mata Pelanggan	43
Tabel 4.7. Cara Menentukan Sarana Pemasaran Digital	43
Tabel 4.8. Pihak yang Menentukan Target Pemasaran Digital	44
Tabel 4.9. Alat Analisis Data Digital Hobikoe	44
Lanjutan Tabel 4.10. Alat Analisis Data Digital Hobikoe	45
Tabel 4.11. Cara Menganalisis Pelanggan Potensial di Hobikoe.....	45
Tabel 4.12. Perbandingan Pengguna Aktif dan Tidak Aktif.....	46
Tabel 4.13. Cara Hobikoe Memperhatikan Respon Pelanggan.....	46
Lanjutan Tabel 4.13. Cara Hobikoe Memperhatikan Respon Pelanggan.....	47
Tabel 4.14. Langkah Perbaikan Hobikoe Jika Dinilai Belum Maksimal	47
Lanjutan Tabel 4.14. Langkah Perbaikan Hobikoe Jika Dinilai Belum Maksimal	48
Tabel 4.15. Data Pengguna Hobikoe Tahun 2022	76
Tabel 4.16. Data Penjual Barang Antik di Hobikoe Tahun 2022.....	78
Tabel 4.17. Data Pembeli Barang Antik di Hobikoe Tahun 2022.....	80
Tabel 4.20. Permintaan barang antik tahun 2022.....	88
Tabel 4.21. Data Permintaan Pelanggan Barang Antik di Hobikoe Maret 2022... 90	90
Lanjutan Tabel 4.21. Data Permintaan Pelanggan Barang Antik di Hobikoe Maret 2022	91
Lanjutan Tabel 4.21. Data Permintaan Pelanggan Barang Antik di Hobikoe Maret 2022	92
Tabel 4.22. Perbandingan Hobikoe dengan Pesaing Penjual Barang Antik.....	96
Lanjutan Tabel 4.22. Perbandingan Hobikoe dengan Pesaing Penjual Barang Antik	97
Lanjutan Tabel 4.22. Perbandingan Hobikoe dengan Pesaing Penjual Barang Antik	98
Tabel 4.23. Media Pemasaran Digital yang Dimanfaatkan Hobikoe	102