

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Kerangka Penulisan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	9
2.1 Gambaran Umum <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.2 Perkembangan <i>Digital Marketing</i>	10
2.2 <i>Elemen digital marketing</i>	14
2.2.1 <i>Email Marketing</i>	14
2.2.2 <i>Media Sosial</i>	19
2.2.7 <i>SEO (search engine optimize)</i>	26
2.3 Landasan Teori.....	35
2.3.1 Definisi Analisis.....	35
2.3.2 Definisi Pemasaran.....	35
2.3.3 Bauran Pemasaran	39
2.3.4 Promosi	41
2.3.5 Bauran Promosi.....	41
2.3.6 Pengertian Periklanan (<i>advertising</i>)	44
2.3.7 Tujuan Periklanan	46

2.3.8 Strategi Periklanan	47
2.4 Metodologi Penelitian	61
2.4.1 Metode Penelitian.....	61
2.4.2 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	61
2.4.3 Populasi dan Sampel	64
2.4.4 Desain Sampel.....	65
2.4.5 Teknik Pembahasan	66
2.4.6 Alat Ukur.....	67
2.4.7 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	73
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
3.1 Analisis <i>Advertising</i>	75
3.2 Pembahasan.....	78
3.2.1 <i>Mission</i>	77
3.2.2 <i>Money</i>	82
3.2.3 <i>Message</i>	83
3.2.4 <i>Media</i>	85
3.2.5 <i>Measurement</i>	86
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	95
4.1 Kesimpulan	95
4.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99