

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian.....	6
I.4. Manfaat Penelitian.....	6
I.5. Kerangka Penelitian	6
BAB II GAMBARAN UMUM.....	8
II.1. Kondisi Umum	8
II.1.1 Profil Perusahaan.....	8
II.1.2 Sejarah Perusahaan.....	9
II.1.3 Produk Perusahaan	10
II.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	11
II.2. Tinjauan Pustaka	12
II.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	12
II.2.2 <i>Digital Marketing</i>	13
II.2.3 <i>Website</i>	16
II.3. Penelitian Terdahulu.....	18
II.4. Keaslian Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
III.1. Desain Penelitian	25
III.2. Jenis dan/atau Sumber Data.....	26

III.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.4.	Sampel	28
III.5.	Definisi Operasional Variabel	28
III.6.	Teknik Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		32
VI.1.	<i>Opening</i>	32
VI.2.	<i>Empathy</i>	34
VI.3.	<i>Persuasion</i>	36
VI.4.	<i>Impact</i>	38
VI.5.	<i>Communication</i>	40
VI.6.	<i>Closing</i>	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		44
V.1.	Kesimpulan.....	44
V.2.	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN.....		48