

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | ix |
| INTISARI | x |
| ABSTRACT..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1. Latar Belakang..... | 1 |
| I.2. Rumusan masalah | 5 |
| I.3. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| I.4. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| I.5. Kerangka Penelitian..... | 6 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN | 8 |
| II.1. Kondisi Umum Perusahaan..... | 8 |
| II.1.1 Sejarah Berdirinya Monokrom Store Jogja | 8 |
| II.1.2 Profil Monokrom Store Jogja | 15 |
| II.1.3 Profil pendiri Monokrome Store Jogja | 15 |
| II.2 Landasan Teori..... | 16 |
| II.1.1. Instagram..... | 16 |
| II.1.2. Pemasaran digital | 19 |
| II.3. Tinjauan Pustaka | 24 |
| II.3. Keaslian Penelitian..... | 29 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 32 |
| III.1 Desain Penelitian | 32 |
| III.2 Jenis dan atau Sumber Data | 33 |
| III.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |

| | |
|--|----|
| III.4 Sampel..... | 34 |
| III.5 Definisi Operasional Variabel..... | 35 |
| III.6 Teknik Analisis Data..... | 37 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 39 |
| IV.1 Penggunaan Media Instagram sebagai alat Digital Marketing di Monokrom Store Jogja..... | 39 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 46 |
| V.1 Kesimpulan | 46 |
| V.2 Saran | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA | 48 |
| LAMPIRAN..... | 51 |