UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Penerapan Pemasaran Online pada Produk Olahan Salak Unit Kelompok Wanita Tani (KWT) Purwobinangun
menggunakan Aplikasi Media Sosial Instagram**
DIAN RIZKI TRI WAHYU, Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAM PENGAJUAN ii
SURAT KETERANGAN PENGGANTI HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iv
RIWAYAT HIDUP v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
ABSTRAK xiii
ABSTRACT xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Batasan Penelitian 3
1.3. Tujuan Penelitian 3
1.4. Manfaat Penelitian 3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1. Landasan Teori 5
1. Olahan Buah Salak 5
2. Pemasaran 7
3. Pemasaran Langsung 10
4. Pemasaran Media *Online* 12
5. *Social Media Marketing* 16
6. Aplikasi *Instagram* 18
2.2. Hipotesis 20
BAB III METODE PENELITIAN 21
3.1. Lokasi Penelitian 21
3.2. Peralatan Penelitian 21

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Penerapan Pemasaran Online pada Produk Olahan Salak Unit Kelompok Wanita Tani (KWT) Purwobinangun
menggunakan Aplikasi Media Sosial Instagram**
DIAN RIZKI TRI WAHYU, Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.3. Bahan Penelitian 21
3.4. Prosedur Penelitian 23
3.5. Analisis Data 28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 29
4.1. Gambaran Umum Paguyuban Kelompok Wanita Tani Purwobinangun 29
4.2. Pengenalan Produk Olahan Salak Kelompok Wanita Tani Purwobinangun 35
4.3. Pembuatan Akun *Instagram* 40
4.4. Penerapan Pemasaran *Online* Menggunakan Aplikasi Media Sosial *Instagram* 46
4.5. Data *Flow Diagram* Pemesanan Produk 50
4.6. Penerapan Pemasaran KWT Purwibonangun 54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 69
5.1. Kesimpulan 69
5.2. Saran 69
DAFTAR PUSTAKA 70
LAMPIRAN 74