

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kerangka Pemikiran.....	4
1. Komunikasi Pemasaran.....	4
2. Pemasaran Digital.....	7
3. Internet Marketing.....	12
F. Kerangka Konsep.....	22
G. Metode penelitian.....	26
1. Tempat Penelitian.....	26
2. Jenis Penelitian.....	26
3. Objek Penelitian.....	26
4. Teknik Pengumpulan Data.....	26
5. Validitas data.....	27
6. Teknik Analisis Data.....	27
BAB II KOMUNUKASI PEMASARAN DIGITAL-INTERNET PADA PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO.....	29
A. Media Digital-Internet.....	29
1. Peran Media Digital-Internet dalam Komunikasi Pemasaran.....	29

2. Strategi Media Digital-Internet dalam Komunikasi Pemasaran.....	30
3. Penggunaan Internet sebagai media komunikasi pemasaran.....	33
4. Metode Komunikasi Media Digital-Internet.....	34
B. Internet Marketing.....	35
BAB III TINJAUAN UMUM PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO.....	41
A. Profil, Sejarah dan Perkembangan PT Erafone Artha Retailindo.....	41
B. Visi-Misi dan tujuan PT Erafone Artha Retailindo.....	42
C. Strategi Pemasaran PT Erafone Artha Retailindo.....	44
D. Struktur Organisasi.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL-INTERNET DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ..	50
A. Temuan Penelitian.....	50
1. Arti Penting Pemasaran Digital Bagi PT Erafone Artha Retailindo... ..	50
2. Pengembangan Strategi dan Taktik Komunikasi Pemasaran Digital Erafone.....	51
B. Analisa dan Diskusi.....	79
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93