

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO .....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....</b>	<b>9</b>
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.5.2 Jadwal Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>11</b>
2.1.1 Pengertian Administrasi .....	11
2.1.2 Pemasaran .....	12
2.1.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	18
2.1.4 Strategi Promosi.....	21
2.1.5 <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi).....	22
2.1.6 E-Commerce .....	25
2.1.7 Penelitian Terdahulu .....	38
<b>2.2 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>41</b>

<b>2.3</b>	<b>Pertanyaan Penelitian</b> .....	42
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
<b>3.1</b>	<b>Metode Penelitian</b> .....	43
3.1.1	Metode Penelitian yang Digunakan .....	43
3.1.2	Operasional Parameter .....	44
3.1.3	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.1.4	Analisis Data.....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>52</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Objek Penelitian</b> .....	52
4.1.1	Gambaran Umum Freshgo Indonesia .....	52
4.1.2	Visi dan Misi Freshgo Indonesia .....	53
4.1.3	Struktur Organisasi .....	53
4.1.4	Shopee Freshgo Indonesia .....	60
4.1.5	Lazada Freshgo Indonesia .....	62
<b>4.2</b>	<b>Analisis Strategi Promosi Freshgo Indonesia di Shopee dan Lazada</b> .....	63
4.2.1	Strategi Promosi Freshgo Indonesia di Shopee .....	64
4.2.2	Strategi Promosi Freshgo Indonesia di Lazada.....	74
<b>4.3</b>	<b>Analisis Strategi Promosi Freshgo Indonesia di Shopee dan Lazada</b> <b>Menggunakan SWOT</b> .....	79
4.3.1	Analisis Strategi Promosi Freshgo Indonesia di Shopee Menggunakan SWOT .....	79
4.3.2	Analisis Strategi Promosi Freshgo Indonesia di Lazada Menggunakan SWOT .....	82
<b>4.4</b>	<b>Faktor Penentu Keberhasilan Bauran Promosi Freshgo Indonesia</b> .....	84
4.4.1	Sifat Pasar .....	85
4.4.2	Jenis Produk.....	88
4.4.3	Daur Hidup Produk.....	91
4.4.4	Dana yang Tersedia.....	93
<b>4.5</b>	<b>Pendapatan Penjualan Freshgo Indonesia di Shopee dan Lazada</b> .....	95
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>98</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	98
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	99

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>