

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN..... | iii |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| RINGKESAN | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| RIWAYAT HIDUP PENELITI..... | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 11 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian..... | 12 |
| 1.5.1. Kegunaan Teoritis | 12 |
| 1.5.2. Kegunaan Praktis | 12 |
| 1.6. Lokasi dan Lamanya Penelitian | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR | 15 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka..... | 15 |
| 2.1.1. Pengertian Administrasi..... | 15 |
| 2.1.2. Pengertian Administrasi Bisnis..... | 15 |
| 2.1.3. Strategi Pemasaran..... | 15 |
| 2.1.3.1. Strategi | 15 |
| 2.1.3.2. Pemasaran | 16 |
| 2.1.3.3. Strategi Pemasaran | 17 |
| 2.1.4. Pemasaran Digital..... | 20 |
| 2.1.5. Media Sosial | 28 |
| 2.1.5.1. Social Media Marketing Activities (SMMA)..... | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.6. Analisis SWOT | 31 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 32 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 35 |
| 2.4. Proposisi | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1. Metode Penelitian | 37 |
| 3.1.1. Metode Penelitian yang digunakan | 37 |
| 3.1.2. Variabel Penelitian dan Instrumen Penelitian | 38 |
| 3.1.2.1. Variabel Penelitian | 38 |
| 3.1.2.2. Instrumen Penelitian | 38 |
| 3.1.2.3. Operasional Parameter Wawancara | 40 |
| 3.1.3. Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.2. Teknik Analisis Data | 43 |
| 3.2.1. Analisis SWOT | 46 |
| 3.2.2. IFAS dan EFAS | 46 |
| 3.2.3. Matriks SWOT | 50 |
| 3.2.4. Diagram SWOT | 52 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 4.1. Gambaran Umum PT. Indrasari Sekawan Abadi | 55 |
| 4.1.1. Profil Perusahaan | 57 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas | 57 |
| 4.1.3. Visi Misi Perusahaan | 60 |
| 4.1.4. Jenis Produk Kerupuk Indrasari | 61 |
| 4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan | 62 |
| 4.2.1. Kondisi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Di PT. Indrasari Sekawan Abadi | 62 |
| 4.2.2. Kondisi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Berlandaskan Pada Indikator <i>Social Media Marketing Activities</i> | 65 |
| 4.3. Strategi dan Analisis Pemasaran Digital Melalui Media Sosial pada PT. Indrasari Sekawan Abadi Berdasarkan Analisis SWOT | 84 |
| 4.3.1. Analisis SWOT | 84 |
| 4.3.2. Matriks IFAS dan EFAS | 85 |
| 4.3.3. Diagram SWOT | 89 |
| 4.3.4. Matriks SWOT | 91 |

| | |
|--|------------|
| 4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Digital melalui Media Sosial Pada PT. Indrasari Sekawan Abadi | 96 |
| 4.4.1. Faktor Penghambat Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada PT. Indrasari Sekawan Abadi | 96 |
| 4.4.2. Faktor Pendorong Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada PT. Indrasari Sekawan Abadi | 97 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 99 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 99 |
| 5.2. Saran | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 101 |
| PEDOMAN WAWANCARA | 104 |
| PEDOMAN WAWANCARA | 106 |
| PEDOMAN WAWANCARA | 108 |
| PEDOMAN WAWANCARA | 110 |
| DOKUMENTASI WAWANCARA..... | 117 |