

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Lokasi Dan Lamanya Penelitian.....	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	14
2.1 Konsep Administrasi Bisnis	14
2.1.1 Pengertian Administrasi	14
2.1.2 Pengertian Administrasi Bisnis.....	15
2.1.3 Pemasaran	15
2.1.3.1 Bauran Pemasaran.....	16
2.1.3.2 Strategi Pemasaran	18
2.1.4 Kemitraan Bisnis	19
2.1.5.1 Model Model Kemitraan Bisnis	21
2.1.5 Digital Marketing	22

2.1.6 Media Sosial.....	25
2.1.6.1 Klasifikasi Media Sosial.....	26
2.1.6.2 Karakteristik Media Sosial.....	27
2.1.6.3 Dampak Media Sosial.....	30
2.1.6.4 Fungsi Media Sosial.....	32
2.1.7 Daya Saing.....	32
2.1.7.1 Definisi Daya Saing.....	32
2.1.7.2 Strategi Daya Saing.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Proposisi Penelitian.....	42
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	43
3.1 Metode penelitian.....	43
3.1.1 Paradigma penelitian.....	43
3.1.2 Metode penelitian yang digunakan.....	44
3.1.3 Instrumen Penelitian.....	44
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.1.5 Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Specta Travel.....	50
4.1.1 Sejarah singkat Specta Travel.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Specta Travel.....	51
4.1.3 Logo Specta Travel.....	52
4.1.4 Struktur Organisasi Specta Travel.....	53
4.1.4.1 Struktur Organisasi.....	53
4.1.4.2 Uraian Tugas.....	54
4.2 Bentuk Kemitraan Pada Specta Travel.....	55
4.3 Bentuk Optimalisasi Media Sosial Pada Specta Travel.....	60
4.4 Daya Saing Pada Specta Travel.....	65
4.5 Faktor - Faktor Penentu Keberhasilan Kemitraan Dan optimalisasi Media Sosial Dalam Memperkuat Daya Saing.....	71
4.5.1 Faktor Keberhasilan Kemitraan.....	71

4.5.2 Faktor Keberhasilan Media Sosial	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
4.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83
DOKUMENTASI	107