

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 Latar Belakang.....	7
“Analisis Promosi Classytentdecoration di Media Instagram Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan di Masa Pandemic COVID-19”	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Landasan Teoretis	14
2.2.1 Marketing Public Relations	14
2.3 Landasan Konseptual.....	18
2.3 2 Peranan <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.3. 3 Strategi Bauran Promosi.....	20
2.3.1.4 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i>	21
2.3.1.4 2 <i>Targeting (Target Pemasaran)</i>	22
2.3.1.4 3 <i>Positioning</i>	24
2.2.1 Media Sosial	25
2.2.1.2 Karakteristik Media Sosial	26
2.2.1.3 Peran Media Sosial	28
2.2.1.4 Fungsi Media Sosial	32
2.2.1.5 Instagram	33
2.2.1.5.2 Fitur Instagram	34
2.2.2 Loyalitas Pelanggan	39
2.2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Loyalitas</i> Pelanggan	40
2.2.2.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Desain Penelitian.....	46
3.3 Bahan dan Unit Analisis	47
3.3.2 Informan	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49

3.4.1	Wawancara	49
3.4.2	Observasi atau Pengamatan	50
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.6	Teknik Keabsahan Data	52
3.6.1	Triangulasi.....	52