

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2. Macam-macam Strategi Pemasaran	12
3. Langkah-langkah Strategi Pemasaran	15

B. Pemasaran <i>Online</i> Demonstratif	18
1. Pengertian Pemasaran <i>Online</i> Demonstratif	18
2. Format Iklan Internet	20
3. Faktor-faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Beriklan	23
4. Keunggulan dan Kelemahan Pemasaran <i>Online</i>	24
5. Faktor Pendukung Strategi Pemasaran Berbasis <i>Online</i> Demonstratif	25
6. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Berbasis <i>Online</i> Demonstratif	30
7. Upaya Mengatasi Faktor Penghambat Strategi pemasaran Berbasis <i>Online</i> Demonstratif	31
C. Penelitian Terdahulu	32
D. Teori Tindakan Sosial sebagai Pisau Analisis	36
E. Kerangka Berpikir.....	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	40
B. Sumber Data.....	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	41
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Metode Observasi	41
2. Metode Wawancara	42
3. Metode Dokumentasi	43
4. Triangulasi	43
E. Uji Keabsahan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	45

**BAB IV : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BERBASIS *ONLINE*
DEMONSTRATIF PADA PRODUK LOCKED TARGET
KUDUS**

A. Gambaran Umum Locked Target	48
1. Profil dan Sejarah Singkat Locked Target	48
2. Visi, Misi Locked Target	49
3. Profil Produk Locked Target	50
B. Data Hasil Penelitian	51
1. Strategi pemasaran berbasis <i>online</i> demonstratif pada produk Locked Target Kudus	51
2. Faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran berbasis <i>online</i> demonstratif pada produk Locked Target Kudus	60
3. Upaya Locked Target Kudus dalam meminimalisir faktor penghambat strategi pemasaran berbasis <i>online</i> demonstratif	67
C. Analisis Data	69
1. Strategi pemasaran berbasis <i>online</i> demonstratif pada produk Locked Target Kudus	69
2. Faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran berbasis <i>online</i> demonstratif pada produk Locked Target Kudus	76
3. Upaya Locked Target Kudus dalam meminimalisir faktor penghambat strategi pemasaran berbasis <i>online</i> demonstratif	84

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	87
---------------------	----

B. Keterbatasan Penelitian	89
C. Saran.....	89
D. Penutup	90

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Distro yang Menggunakan Pemasaran <i>Online</i> Non Demonstratif dan Demonstratif	4
1.2 Data Distro yang Menggunakan Pemasaran <i>Online</i> Non Demonstratif dan Demonstratif	5
1.3 Peningkatan Omzet	7
2.1 Penelitian Terdahulu	34
4.1 Data Pendapatan Locked Target Kudus Tahun 2016	59



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran	16
2.2 Kerangka Berpikir Penelitian	39

