

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1 Bagi Peneliti	20
1.4.2 Bagi Pemilik.....	21
1.5 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
2.1 <i>Social Media Marketing</i>	23
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	28
2.3 <i>E-commerce</i>	32
2.3.1 <i>Shopee</i>	35
2.4 Omset Penjualan.....	36
2.5 Kinerja Keuangan.....	37
2.6 Strategi Pemasaran	39
2.6.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	40
2.7 Penelitian Terdahulu.....	42
2.8 Desain penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Metode Penelitian.....	48

3.2	Lokasi Penelitian	49
3.3	Obyek Penelitian	49
3.4	Jenis Data	50
3.4.1	Data Primer	50
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Metode Pengumpulan Data	51
3.5.1	Observasi.....	51
3.5.2	Dokumentasi	51
3.6	Teknik Analisis Data	52
3.6.1	Daya Saing Merek.....	52
3.6.2	Strategi Harga.....	53
3.6.3	Distribusi Produk	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1	Logo <i>Fleur The Label</i>	57
4.1.2	Visi <i>Fleur The Label</i>	59
4.1.3	Misi <i>Fleur The Label</i>	60
4.2	Analisis Lingkungan	60
4.2.1	Aspek Produk	60
4.2.2	Aspek Pasar dan Pemasaran.....	64
4.2.3	Aspek Sumber Daya Manusia.....	71
4.2.4	Aspek Operasional	72
4.2.5	Aspek Legalitas.....	76
4.2.6	Aspek Keuangan	80
4.3	Analisis Kelayakan Keuangan	94
4.3.1	Biaya Penggunaan Aplikasi <i>E-commerce</i>	96
4.3.2	Evaluasi Kembali Strategi Operasional dan Pemasaran	103
4.3.3	Pemangkasan Biaya dan Peningkatan Pendapatan	104
4.4	Analisis Pengaruh Penggunaan <i>E-commerce</i> Shopee Terhadap Penjualan <i>Fleur The Label</i>	106
4.5	Analisis Pengaruh Penggunaan <i>E-commerce</i> Shopee Terhadap Kinerja Keuangan <i>Fleur The Label</i>	109
4.6	Analisis Efektivitas Shopee Dalam Menjangkau Pelanggan Baru <i>Fleur The Label</i>	114
4.7	Analisis Strategi Yang Diterapkan Untuk Positioning <i>Fleur The Label</i> Di Media Online.....	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		131
5.1	Kesimpulan.....	131
5.2	Saran.....	133

DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	143