

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN JUDUL</i>	<i>i</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xiii</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
Latar Belakang	1
Identifikasi Masalah	9
Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
Manfaat Akademis	12
1.6.1 Manfaat Praktis	12
Sistematika Penelitian	12
<i>BAB II</i>	<i>14</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>14</i>
2.1. Marketing Public Relations (MPR).....	14
2.2 Strategi Push, Pull dan Pass	17
2.4 Brand Image	22
2.5 E-commerce	26
<i>BAB III</i>	<i>29</i>
<i>METODOLOGI PENELITIAN</i>	<i>29</i>
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Subjek & Objek Penelitian.....	30
3.3 Sumber Data.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.6 Keabsahan Data.....	36
<i>BAB IV</i>	<i>39</i>

<i>HASIL DAN PEMBAHASAN</i>	39
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	39
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1. Strategi Pull Yang dilakukan Kaela Collection	50
4.2.2 Strategi Push Yang dilakukan Kaela Collection	56
4.2.3. Strategi Pass Yang dilakukan Kaela Collection.....	62
4.2.4. Dampak Strategi MPR Terhadap Brand Image Kaela Collection	66
4.2.5. Strategi Bauran Pemasaran 4PS Kaela Collection	70
4.3 Pembahasan.....	75
4.3 Strategi Marketing Public Relations Kaela Collection	75
4.3.1 Analisis Strategi <i>Pull</i> Dalam Membangun Ketertarikan.....	78
4.3.2 Analisis Strategi <i>Push</i> Sebagai Pemicu Konversi.....	81
4.3.3 Analisi Strategi <i>Pass</i> Yang dilakukan Kaela Collection.....	84
4.3.4. Analisis Dampak Strategi MPR Terhadap Brand Image	86
4.3.5. Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4PS Kaela collection.....	87
<i>BAB V</i>	90
<i>PENUTUP</i>	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4.1 Pengenalan Kaela Collection Secara Umum	42
Tabel 4.2 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Kaela Collection	45
Tabel 4.3 Strategi <i>Pull</i> Yang dilakukan Kaela Collection	49
Tabel 4.4 Strategi <i>Push</i> Yang dilakukan Kaela Collection.....	52
Tabel 4.5 Strategi <i>Pass</i> Yang dilakukan Kaela Collection	56
Tabel 4.6 Dampak Strategi MPR Terhadap <i>Brand Image</i> Kaela Collection	59



DAFTAR LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA.....	A-1
LEMBAR MONITORING	A-15
TURNIT-IN TUGAS AKHIR	A-16
CV	A-17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Statistik Pengguna <i>E-commerce</i> Tahun 2019-2023.....	2
Gambar 1.2. Data <i>E-commerce</i> Paling Banyak Digunakan	3
Gambar 1.3 Data Perkembangan Industri Fashion di Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia	4
Gambar 1.5 Shopee Kaela Collection	7
Gambar 1.6 Produk Kaela Collection	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27

