

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Kerangka Teoritis.....	16
1.5.1 Model GPA (<i>Goals-Plans-Action</i>)	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 <i>Marketing Communication</i>	21
2.2 <i>Strategi Marketing Communication</i>	22
2.3 <i>Digital Marketing</i>	22
2.4 <i>Personal Selling</i>	24
2.5 <i>Affiliate Marketing</i>	29
2.6 <i>TikTok</i>	32
2.6.1 <i>TikTok Affiliate Program</i>	37
2.6.2 <i>Strategi TikTok Affiliate Program</i>	39
2.7 <i>Impulsive Buying Behavior</i>	40
2.8 <i>Penelitian Terdahulu</i>	43

BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Objek Penelitian	49
3.3 Subjek Penelitian.....	49
3.4 Sumber Data.....	50
3.4.1 Data Primer	50
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Wawancara.....	51
3.5.2 Studi Kepustakaan.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.7 Teknik Keabsahan Data	52
3.7.1 Triangulasi Sumber	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Deskripsi Mengenai Putu Maharaja dan Awal mula Berkarir	54
4.1.1 Profil Maharaja.....	54
4.1.2 Awal Mula Perjalanan Karir Maharaja	55
4.1.3 Berkarir Melalui TikTok <i>Affiliator</i>	55
4.1.4 <i>Finally Found You!</i>	56
4.1.5 Jadwal <i>Live</i> TikTok.....	58
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 <i>Goals, Plan, Action TikTok Affiliator</i> Putu Maharaja.....	59
4.2.1.1 Penentuan Tujuan (<i>Goals</i>)	59
4.2.1.2 Tahap Perencanaan (<i>Plans</i>).....	61
4.2.1.3 Tahap Pelaksanaan Strategi Pemasaran (<i>Action</i>)	63
4.2.2 Strategi <i>Personal Selling</i> TikTok <i>Affiliator</i> Maharaja	64
4.2.2.1 <i>Prospecting and Qualifying</i> (Mencari & Memenuhi Kualifikasi) ...	64
4.2.2.2 <i>Preapproach</i> (Pra-pendekatan)	66
4.2.2.3 <i>Presentation and Demonstation</i> (Persentasi dan Demonstasi)	69
4.2.2.4 <i>Overcoming Objections</i> (Mengatasi Keberatan)	75
4.2.2.5 <i>Closing</i> (Penutup)	77
4.2.2.6 <i>Follow Up and Mintenance</i> (Tindak Lanjut dan Pemeliharaan).....	80
4.2.2.7 <i>Impulsive Buying Behaviour</i> melalui TikTok <i>Affiliator</i> Maharaja	81
4.2.3 <i>Impulsive Buying Behavior Followers</i> TikTok @MaharajaSP8.....	83

4.2.3.1 <i>Reminder Impulsive Buying</i>	88
4.2.3.2 <i>Pure Impulsive Buying</i>	89
4.2.3.3 <i>Planned Impulsive Buying</i>	90
4.2.3.4 <i>Suggestion Impulsive Buying</i>	92
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117