

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teoretis.....	12
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.1.1 Hakikat <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.1.3 Indikator <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	16
2.1.2.1 Hakikat <i>Brand Trust</i>	16
2.1.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i>	17
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	17
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.3.1 Hakikat <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.3.2 Faktor-faktor <i>Social Media Marketing</i>	19

2.1.3.3	Indikator <i>Social Media Marketing</i>	20
2.1.4	<i>Content Marketing</i>	21
2.1.4.1	Hakikat <i>Content Marketing</i>	21
2.1.4.2	Faktor-faktor <i>Content Marketing</i>	22
2.1.4.3	Indikator <i>Content Marketing</i>	23
2.1.5	Pemasaran Digital.....	24
2.1.6	Pengertian Pemasaran.....	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3	Kerangka Berpikir	31
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	33
3.2	Jenis Penelitian	33
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3.1	Subjek Penelitian	34
3.3.2	Objek Penelitian	37
3.4	Prosedur Rancangan Penelitian	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.7	Model Pengukuran (Sebelum Implementasi).....	46
3.8	Keabsahan Penelitian	48
3.9	Indikator Keberhasilan	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Hasil Pembahasan	50
4.1.1	Gambaran Umum Malungoen	50
4.1.2	Hasil Implementasi <i>Social Media Marketing</i> pada @malungoen.id.....	52
4.1.3	Hasil Penilaian <i>Social Media Marketing</i>	71
4.1.4	Hasil Dari <i>Brand Awareness</i> Malungoen	77
4.1.5	Hasil Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> Pada @Malungoen.Id	79
4.1.6	Hasil Dari <i>Brand Trust</i> Malungoen	81
4.1.7	Hasil Responden Terhadap <i>Brand Trust</i> Pada @malungoen.Id ...	83
4.2	Pembahasan	86

4.2.1 Implementasi <i>Social Media Marketing</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	86
4.2.2 Implementasi <i>Social Media Marketing</i> Dalam Meningkatkan <i>Brand Trust</i>	91
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	104

