

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Objek Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 2 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Waktu dan Periode Penelitian | 7 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN LITERATUR | 8 |
| 2.1 Aktivitas Pemasaran Media Sosial (SMMA) | 8 |
| 2.2 Brand Equity..... | 9 |
| 2.3 Kesadaran Merek..... | 9 |
| 2.4 Citra Merek..... | 10 |
| 2.5 Loyalitas Merek..... | 11 |
| 2.6 Tanggapan Pelanggan..... | 12 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 13 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI | 14 |
| BAB V KESIMPULAN | 23 |
| DAFTAR PUSTAKA | 24 |