

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah MNC Trijaya FM.....	1
1.1.2 Profil MNC Trijaya Bandung	3
1.1.3 Visi dan Misi MNC Trijaya Bandung	4
1.1.4 Logo Perusahaan	5
1.1.5 Program Acara di MNC Trijaya Bandung	6
1.2 Latar Belakang Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.6 Batasan Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran	15
2.1.3 <i>Branding</i>	17
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	17
2.1.5 Promosi	18

2.1.6 Komunikasi Pemasaran	19
2.1.7 <i>Social Media Marketing</i>	20
2.1.8 Media Sosial.....	21
2.1.9 Tik Tok	22
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Variabel Operasional	33
3.3.1 Skala Operasional.....	40
3.4 Tahapan Penelitian	41
3.5 Populasi dan sampel	42
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sampel	43
3.6 Teknik <i>Sampling</i>	45
3.7 Pengumpulan Data	45
3.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.8 Uji Keabsahan Data.....	48
3.8.1 Uji Validitas	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	48
3.9 Teknik Analisis Data.....	50
3.9.1 Metode Analisis Deskriptif	50
3.9.2 Analisis Linear Sederhana	52
3.10 Uji Statistik	53
3.10.1 Uji F.....	53
3.10.2 Uji T.....	53
BAB IV PEMBAHASAN.....	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2 Uji Reliabilitas	59

4.3 Teknik Analisis Data	60
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	60
4.3.2 Uji Regresi Sederhana	70
4.4 Uji Statistik	72
4.4.1 Uji Parsial F	72
4.4.2 Uji Parsial T	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran untuk penelitian selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81