

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. IndiHome	1
1.1.2. Biznet	2
1.1.3. First Media	2
1.1.4. Twitter.....	2
1.2. Latar Belakang Penelitian	1
1.3. Perumusan Masalah.....	1
1.4. Tujuan Penelitian.....	1
1.5. Manfaat Penelitian.....	2
1.5.1. Aspek Teoritis	2
1.5.2. Aspek Praktis	2
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	1
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu	1
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	1
2.1.2. Pemasaran Digital	1
2.1.3. Pemasaran Media Sosial	1
2.1.4. <i>Brand</i> (Merek).....	1
2.1.5. <i>Top Brand</i>	2

2.1.6.	<i>Internet Service Provider (ISP)</i>	1
2.1.7.	Strategi	1
2.1.8.	Media Sosial.....	2
2.1.9.	<i>User Generated Content (UGC)</i>	2
2.1.10.	<i>Big Data</i>	1
2.1.11.	<i>Social Network Analysis (SNA)</i>	1
2.1.12.	Penelitian Terdahulu	3
2.2.	Kerangka Pemikiran	11
BAB III METODE PENELITIAN		13
3.1.	Jenis Penelitian	13
3.1.1.	Berdasarkan Metode.....	13
3.1.2.	Berdasarkan Tujuan	13
3.1.3.	Berdasarkan Unit.....	14
3.1.4.	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	14
3.1.5.	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti.....	14
3.2.	Operasional Variabel	15
3.3.	Tahapan Penelitian	17
3.4.	Populasi dan Sampel	19
3.4.1.	Populasi.....	19
3.4.2.	Sampel.....	19
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	20
3.6.	Teknik Analisis Data	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1.	Jaringan Sosial Mengenai <i>Brand Provider WiFi</i>	26
4.1.1.	Jaringan IndiHome	27
4.1.2.	Jaringan Biznet.....	29
4.1.3.	Jaringan First Media.....	31
4.2.	Pemeringkatan <i>Brand Provider WiFi</i> dengan Membandingkan Properti Jaringan	33
4.3.	Strategi Meningkatkan Jaringan <i>Brand Provider WiFi</i>	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		39

5.1. Kesimpulan.....	39
5.2. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	48