

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	6
1.6 Sistematika penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.2 Promosi	10
2.1.3 Strategi Digital Marketing	10
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Pemikiran	16
2.4 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	18

3.2.1	Operasional Variabel	18
3.2.2	Skala Pengukuran	23
3.3	Populasi dan Sampel	23
3.3.1	Populasi	23
3.3.2	Sampel	23
3.4	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5	Teknik Pengujian Data	25
3.6	Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Karakteristik Responden	29
4.2	Hasil Penelitian	32
4.3	Pembahasan	41
BAB V PENUTUP		44
5.1	Kesimpulan	44
5.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		48