

Daftar Isi

HALAMAN PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
<i>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	<i>1</i>
<i>1.1.1. Sejarah Desa</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2. Profile Desa</i>	<i>2</i>
<i>1.1.3. Tempat Wisata Unggulan</i>	<i>3</i>
<i>1.2. Latar Belakang</i>	<i>5</i>
<i>1.3. Rumusan Masalah</i>	<i>6</i>
<i>1.4. Tujuan Penelitian</i>	<i>7</i>
<i>1.5. Kegunaan Penelitian</i>	<i>7</i>
<i>1.6. Batasan Masalah</i>	<i>7</i>
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
<i>2.1 Landasan Teori</i>	<i>9</i>
<i>2.1.1 Pemasaran</i>	<i>9</i>
<i>2.1.2 Manajemen Pemasaran</i>	<i>10</i>
<i>2.1.3 Desa Wisata</i>	<i>10</i>
<i>2.1.4 Sosial Media Marketing</i>	<i>11</i>
<i>2.1.5 Aplikasi Tiktok</i>	<i>12</i>
<i>2.2 Kerangka Pemikiran</i>	<i>13</i>
<i>2.3 Penelitian Terdahulu</i>	<i>15</i>
BAB III	20
METODE PENELITIAN	20
<i>3.1 Pendekatan Penelitian</i>	<i>20</i>
<i>3.2 Jenis penelitian</i>	<i>20</i>
<i>3.3 Tahapan Penelitian</i>	<i>20</i>
<i>3.4 Pengumpulan Data</i>	<i>21</i>

3.4.1. <i>Sumber Data</i>	22
3.4.2. <i>Metode Pengumpulan Data</i>	22
BAB IV	24
HASIL PENELITIAN	24
4.1 <i>Hasil Penelitian</i>	24
4.1.1 <i>Metode Observasi</i>	24
4.1.2 <i>Metode Wawancara</i>	26
4.1.3 <i>Metode Dokumentasi</i>	27
4.2 <i>Hasil Pemasaran Menggunakan TikTok</i>	28
BAB V	30
KESIMPULAN DAN SARAN	30
5.1. <i>Kesimpulan</i>	30
5.2 <i>Saran</i>	30
Daftar Pustaka	32
LAMPIRAN	34