

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Teori	8
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3 Strategi Promosi	12
2.1.4 Digital Marketing	13
2.1.5 Sosial Media Marketing.....	13
2.1.6 Brand Awareness	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.2.1 Penelitian Nasional Terdahulu.....	16
2.2.1 Penelitian Internasional Terdahulu	20
2.3 Kerangka Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	26
3.3 Tahapan Penelitian	27
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	28
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	30
3.5.1 Informan atau Sumber Data Penelitian.....	30
3.5.2 Instrumen Penelitian	32
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	37
3.7 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Profil Informan Penelitian	41
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Strategi Promosi Media Sosial Raja Cabai Garam	44
4.2.2 Brand Awareness	47
4.3 Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2Saran	61
5.2.1 Saran Teoritis.....	61
5.2.2 Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67