

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persepsi pengguna terhadap kreativitas konten Caru Matcha Bar di Instagram	12
Gambar 1.2 Persepsi terhadap brand awareness Caru Matcha Bar di Instagram ...	12
Gambar 1.3 Insight Instagram Caru Matcha Bar	13
Gambar 1.4 Jumlah pengguna TikTok di Dunia	13
Gambar 1.5 Daftar 10 Negara dengan pengguna TikTok terbesar Juli 2024.....	14
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	33
Gambar 3.1 Tahapan penelitian	39
Gambar 3.2 Persentase dalam garis kontinum.....	46
Gambar 4.1 Konten terealisasi	49
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan usia	50
Gambar 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	51
Gambar 4.5 Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	51
Gambar 4.6 Garis kontinum hasil dimensi pemasaran media sosial	54
Gambar 4.7 Garis kontinum hasil dimensi produksi konten	56
Gambar 4.8 Garis kontinum hasil dimensi pengembangan keterlibatan pelanggan	57
Gambar 4.9 Garis kontinum hasil dimensi brand recall	58
Gambar 4.10 Garis kontinum hasil dimensi brand recognition	59
Gambar 4.11 Garis kontinum hasil dimensi purchase decision.....	60
Gambar 4.12 Garis kontinum hasil dimensi consumption	61
Gambar 4.13 Garis kontinum hasil keseluruhan dimensi.....	63