

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR.....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	9
1.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	10
1.1.2 Strategi Marketing Perusahaan.....	10
1.3 Identifikasi Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Tinjauan Pustaka.....	22
2.1.1 Digital Marketing (Pemasaran Digital).....	22
2.1.2 Konten Digital Marketing.....	24
2.1.3 <b>Brand Awareness</b> .....	24
2.1.4 Dimensi Brand Awareness.....	25
2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
2.3 Hipotesis Penelitian.....	42
2.3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	43

BAB III .....	44
METODELOGI PENELITIAN .....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.2.1 Operasional Variabel.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran.....	48
3.3 Tahapan Penelitian.....	49
3.4 Populasi dan Sampel .....	50
3.4.1 Populasi .....	50
3.4.2 Sampel.....	50
3.5 Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Sumber Data.....	51
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
3.6.1 Uji Validitas .....	52
3.6.2 Reliabilitas.....	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2 Semantik Diferensial .....	56
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.7.4 Analisis Regresi Sederhana .....	58
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	58
3.8.6 Uji Hipotesis.....	59

BAB IV .....	60
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....	60
4.1 Pembahasan Penelitian .....	60
4.2 Hasil Penelitian .....	61
4.2.1 Uji Validitas .....	611
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.2.3 Hasil Penelitian .....	74
BAB V.....	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 <b>Saran</b> .....	80
DAFTAR LAMPIRAN.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	86

