

## Daftar Isi

<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>x</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<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>
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<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>
<b>BAB III</b> .....	<b>20</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
<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
<b>BAB IV</b> .....	<b>24</b>
<b>HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
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
<b>BAB V</b> .....	<b>30</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>30</b>
5.1. <i>Kesimpulan</i> .....	30
5.2 <i>Saran</i> .....	30
<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>32</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>34</b>