

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERSETUJUAN</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	<i>iii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>vi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xiii</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Peneletian	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Waktu dan periode penelitian	9
Sumber: Olahan Peneliti (2024)	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
<i>BAB II</i>	<i>11</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>11</i>
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Teori Komunikasi Lasswell	11
2.1.2 Teori Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Content Marketing	12
2.1.4 Media Sosial.....	13
2.1.5 TikTok.....	14
2.1.6 Brand Awareness	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Jurnal Nasional.....	17
2.2.2 Jurnal Internasional	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis Penelitian	23
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	24
<i>BAB III</i>	<i>25</i>

METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	25
3.2.1 Operasional Variabel	25
3.2.2 Skala Pengukuran.....	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Skala Pengukuran.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Data Primer	32
3.4.2 Data Sekunder	32
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Uji Reabilitas	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Analisis Deskriptif	35
3.6.2 Method of Successive Interval (MSI).....	36
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.4 Uji Koefisien Korelasi	37
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi	38
3.6.6 Analisis Regresi Linier Sederhana	38
3.6.7 Uji Hipotesis (Uji T)	39
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Karakteristik Responden	40
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Media Sosial	42
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui atau Pernah Melihat Konten @SEKO.bdg	42
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Merek @SEKO.bdg	43
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel X (Konten Marketing)	43
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>).....	57
4.2.3 Method of Successive Interval (MSI).....	62
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.5 Uji Koefisien Korelasi	63
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi	64
4.2.7 Analisis Regresi linier Sederhana	64
4.2.8 Uji Hipotesis (Uji T)	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V	69
KESIMPULAN DAN SARAN	69

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
5.1.1 Saran Teoritis	69
5.1.2 Saran Praktis	69
<i>DAFTAR PUSTAKA.....</i>	71
<i>LAMPIRAN.....</i>	73