

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Batasan Ruang Lingkup	16
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Marketing.....	18
2.1.2 Marketing Management	18
2.1.3 Digital Marketing.....	19
2.1.4 Digital Branding	19
2.1.5 Brand Awareness	26
2.1.6 Media Sosial.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Jenis Penelitian	35
3.3 Variable Operasional.....	36
3.3.1 Skala Pengukuran.....	38
3.4 Tahapan Penelitian	39
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1 Populasi.....	41
3.5.2 Sampel	41
3.6 Pengumpulan Data.....	42
3.6.1 Sumber Data	42
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Uji Keabsahan Data	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Realibilitas	44
3.8 Teknik Analisis Data	44
3.9 Uji T (Parsial)	46
3.10 Uji F (Simultan).....	46
3.11 Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Perencanaan Konten Menggunakan Strategi Digital Branding Pada TikTok Caru Matcha Bar	48
4.1.2 Konten Terealisasikan.....	49
4.2 Analisis Karakteristik Responden	49
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.3.1 Validitas.....	52
4.3.2 Realibilitas	53
4.3.3 Analisis Deskriptif.....	53
4.3.4 Uji F (Simultan)	63
4.3.5 Uji T (Parsial)	64
4.3.6 Koefisien Determinasi.....	65
BAB V PENUTUP	66

5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		77
HALAMAN TAMBAHAN		84