

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Bauran Pemasaran	17
2.2.2 Iklan (<i>Advertising</i>).....	20
2.2.3 Media Sosial	22
2.2.3.1 Facebook.....	24
2.2.4 <i>Digital Media Advertising</i>	26
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.5.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.5.2 Peranan Kesadaran Merek	29
2.2.5.3 Mencapai Kesadaran Merek	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	32
--------------------------------	----

3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subject Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Skunder	36
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
4.1.1 Profil dan Sejarah PT. Permata Bakkah Mukaromah	39
4.1.2 Visi dan Misi PT. Permata Bakkah Mukaromah.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Permata Bakkah Mukaromah	41
4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab Departemen.....	42
4.1.5 Fasilitas yang disediakan PT. Permata Bakkah Mukaromah	44
4.1.5.1 Hotel dan Transportasi.....	46
4.1.5.2 Perlengkapan Haji.....	47
4.1.6 Program Perjalanan Umrah PT. Permata Bakkah Mukaromah 9 Hari	47
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Menetapkan Tujuan Strategi Promosi	52
4.2.2 Media Sosial	53
4.2.2.1 Facebook.....	56
4.2.3 <i>Digital Media Advertising</i>	60
4.2.4 <i>Brand Awareness</i>	61
4.3 Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Akademis.....	69
5.2.2 Saran Praktis.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

