

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Akademis	13
1.4.2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Kajian Teoretis	
2.2.1. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	17
2.2.1.1. Database dalam Pemasaran Langsung	20
2.2.2. <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital)	21
2.2.2.1. Sejarah <i>Digital Marketing</i>	23
2.2.2.2. Strategi <i>Digital Marketing</i>	25
2.2.3. <i>Internet Marketing</i> (Pemasaran Internet)	31
2.2.4. <i>New Media</i> (Media Baru)	33
2.2.5. Media Sosial	36

2.2.6. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	41
2.2.6.1. Peran <i>Brand Awareness</i>	43
2.2.6.2. Mencapai <i>Brand Awareness</i>	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma	46
3.2. Metode Penelitian	48
3.3. Subjek Penelitian	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1. Data Primer	50
3.4.2. Data Sekunder	51
3.5. Teknik Analisis Data	51
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2. Hasil Penelitian	56
4.2.1 Konsep <i>Digital Marketing</i> Berrykitchen	56
4.2.2 Optimalisasi <i>Digital Marketing</i> Berrykitchen	60
4.2.3 Strategi <i>Digital Marketing</i> Berrykitchen	63
4.2.3.1 <i>Social Media Marketing</i> (SMM) Berrykitchen	66
4.2.3.2 <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) Berrykitchen	68
4.3. Pembahasan	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
5.2.1. Saran Akademis	76
5.2.2. Saran Praktis	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE