

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEEMBAR TANDA LULUS SIDANG	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABLE	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang Masalah	14
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Promosi Online	16
2.2.2 Strategi Promosi Online	17
2.2.3 AISAS	18
2.2.4 Elemen - elemen Pesan Promo	20
2.2.5 Isi Pesan Promo	21
2.3 Penggunaan Media Sosial	24
2.3.1 Pengertian Media Sosial	25
2.3.2 Twitter	29
2.3.3 <i>Sosial Media Marketing</i>	46
2.4 <i>Brand Awareness</i>	32
2.5 Produk Jasa	33

2.6	Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		37
3.1	Paradigma Penelitian.....	37
3.2	Metode Penelitian.....	37
3.3	Populasi dan Sample	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sample.....	38
3.4	Definisi Konsep dan Oprasional Konsep	40
3.4.1	Definisi Konsep	40
3.4.2	Oprasional Konsep.....	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1	Data Primer	43
3.5.2	Data Sekunder	43
3.5.3	Uji Validitas	43
3.5.4	Uji Reliabilitas.....	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1	Editing.....	49
3.6.2	<i>Coding</i>	49
3.6.3	Tabulasi.....	50
3.6.4	Analisis Bivariate	50
3.6.4.1	Uji Korelasi.....	51
3.6.4.2	Uji Regresi.....	52
3.6.4.3	Uji Hipotesis (Uji t)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.2	Sejarah Perusahaan	54
4.1.3	Logo Perusahaan.....	57
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	57
4.2	Hasil Penelitian	57
4.2.1	Data Responden.....	58
4.2.2	Hasil Penelitian Variable X Isi Pesan Promosi	66
4.2.3	Hasil Penelitian Variable Y Brand Awareness.....	75
4.3	Pembahasan.....	80

4.3.1	Korelasi.....	80
4.3.2	Regresi.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA