

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Tinjauan Objek Studi	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Sejarah HijUp.com	1
1.1.3 Fitur-Fitur HijUp.com	2
1.1.4 Standar Produk HijUp.com	2
1.1.5 Strategi HijUp.com	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Bauran Pemasaran	16
2.1.4 Promosi	18
2.1.5 <i>Internet Marketing</i>	19
2.1.6 <i>Social Media</i>	20
2.1.7 <i>Brand awareness</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	54
2.4 Hipotesis Penelitian.....	57

2.5	Ruang Lingkup Penelitian	57
BAB III	METODE PENELITIAN	58
3.1	Jenis Penelitian.....	58
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	58
3.2.1	Skala Pengukuran	64
3.2.2	Tahapan Penelitian	65
3.3	Populasi dan Sampel	66
3.3.1	Populasi	66
3.3.2	Sampel	66
3.3.3	Teknik Sampling	67
3.5	Pengumpulan Data	68
3.6	Teknik Pengujian Data	69
3.7	Uji Validitas	69
3.8	Uji Reliabilitas	71
3.9	Teknis Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	73
3.7.1	Analisis Deskriptif	73
3.7.2	<i>Method Successive Internal</i>	75
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	75
3.7.4	Analisis Linear Sederhana	76
3.7.4	Koefisien Determinasi	77
3.7.5	Pengujian Hipotesis	77
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1	Analisis Deskriptif Data Responden	79
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Media yang Digunakan untuk Mengetahui.....	79
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Usia	81
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	83
4.2	Analisis Deskriptif Data Penelitian	83
4.2.1	Variabel <i>Social Media</i> HijUp.com Di Kota Bandung	84

4.2.2	Variabel <i>Brand Awareness</i> HijUp.com Di Kota Bandung	94
4.3	<i>Method of Successive Internal</i> (MSI).....	97
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	98
4.4.1	Uji Normalitas.....	98
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	99
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	10
4.6	Analisis Koefisien Determinasi	101
4.7	Uji Hipotesis	101
4.7.1	Uji Pengaruh <i>Social Media</i> (X) terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	101
4.8	Hasil Pembahasan	102
4.8.1	Pembahasan Tingkat Pengaruh <i>Social Media</i> Di Kota Bandung.....	102
4.8.2	Pembahasan Tingkat Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Di Kota Bandung	104
4.8.3	Pembahasan Pengaruh <i>Social Media</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> HijUp.com di Kota Bandung.....	104
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1	Kesimpulan	107
5.2	Saran	107
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	107
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	108
	DAFTAR PUSTAKA.....	109
	LAMPIRAN	