

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo dan Makna Logo	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Jenis-jenis Produk Perusahaan	3
1.2 Struktur Organisasi	6
1.3 Lokasi Unit Kerja	7
1.4 Latar Belakang	8
1.5 Rumusan Masalah	15
1.6 Tujuan Penelitian.....	16
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	17
2.1.3 Media Sosial.....	18
2.1.4 Instagram.....	19
2.1.5 <i>Customer Engagement</i>	22
2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	28
2.2 Peneliti Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	42

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.2.1 Subjek Penelitian.....	44
3.2.2 Objek Penelitian	44
3.2.3 Waktu dan Periode Penelitian	44
3.3 Unit Analisis Penelitian.....	44
3.4 Informan Penelitian	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder	48
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	50
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Responden/Informan	52
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Hasil Wawancara	52
4.2.2 Hasil Observasi	62
4.2.3 Hasil Dokumentasi	63
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	83
4.3.1 Analisis <i>Customer Engagement</i>	83
4.3.2 Perumusan Strategi.....	86
4.3.3 Implementasi Strategi.....	87
4.3.4 Evaluasi Strategi.....	88
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	96