

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>1</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Berrybenka .....	2
1.1.4 Produk Perusahaan Berrybenka .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Batasan Penelitian .....	7
1.7 Sistematis Laporan Proyek Akhir .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Social Media Marketing.....	10
2.1.7 Pengukuran Media Sosial.....	11
2.1.8 TikTok.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	21

3.2 Jenis Penelitian.....	22
3.3 Operasional Variabel.....	23
3.4 Tahapan Penelitian .....	24
3.5 Pengumpulan Data .....	25
3.5.1 Jenis Pengumpulan Data .....	25
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Uji Keabsahan Data.....	30
3.7 Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Deskripsi Informan.....	35
4.1.2 Data Observasi .....	35
4.1.3 Hasil Wawancara .....	46
4.2 Hasil Dokumentasi .....	51
4.3 Hasil Pembahasan dan Penelitian.....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran .....	59
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	59
5.2.2 Bagi Peneliti .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>