

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	ii
PERNYATAAN	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Digital marketing	17
2.1.3 Search Engine Optimization (SEO).....	19
2.1.4 Social Media Marketing (SMM)	20
2.1.5 Brand Awareness	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III Metode Penelitian	28
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Variable Operasional.....	28
3.3.1 Skala Pengukuran	31
3.4 Tahapan Penelitian.....	32
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	32

3.5.1	Tempat	32
3.5.2	Waktu	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.1	Populasi	33
3.6.2	Sampel	33
3.7	Teknik Analisis Data	34
3.7.1	Analisis Deskriptif	34
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	38
4.2	Deskripsi hasil	38
4.2.1	Gambaran Umum Responden	39
4.2.2	Statistik Deskriptif	41
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	43
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.3	Analisis dan Interpretasi Data	47
4.3.1	Uji Validitas dan reliabilitas	47
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	47
4.3.3	Uji Linear Berganda	47
4.4	Diskusi dan Evaluasi	48
4.4.1	Hasil Diskusi	48
4.4.2	Evaluasi	49
BAB V	PENUTUPAN	51
5.3	Kesimpulan	51
5.4	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN		60