

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN PENGUJI	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penegesasan Istilah	11
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II	16
LANDASAN TEORI	16
A. Teori Pemasaran.....	16
B. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
C. Media Sosial.....	29
D. Jasa Dekorasi	31
E. Brand Awereness	33

F. Penelitian Terdahulu	37
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Kehadiran Peneliti.....	43
D. Data dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	47
H. Tahap-tahap Penelitian.....	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN	49
A. Gambaran Umum.....	49
B. Sosial Media yang Diterapkan Pada Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dekorasi IR Rustic.....	51
C. Tingkat <i>Brand Awareness</i> Pada Konsumen Terhadap Strategi Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>) Berbasis Sosial Media yang Diterapkan Pada Usaha Jasa Dekorasi IR Rustic.....	61
D. Temuan Penelitian	66
BAB V.....	68
PEMBAHASAN	68
A. Sosial Media yang Diterapkan Pada Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dekorasi IR Rustic	68
B. Tingkat <i>Brand Awareness</i> Pada Konsumen Terhadap Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Berbasis Media Sosial yang Diterapkan Pada Usaha Jasa Dekorasi IR Rustic.....	73
BAB VI.....	80
PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87