

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Keterbatasan	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Ruang lingkup.....	13
G. Penegasan Istilah	14
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran.....	19
B. <i>Brand Awareness</i>	23
C. Promosi Media Sosial.....	25
D. Potongan Harga	28

E. Penelitian Terdahulu	29
F. Kerangka Konseptual.....	34
G. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	36
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	37
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	39
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	41
E. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Karakteristik Responden.....	56
C. Deskripsi Variabel.....	58
D. Hasil Penelitian.....	62
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh promosi media sosial dan potongan harga dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> pada UMKM CFD Tulungagung.....	70
B. Promosi media sosial (X1) terhadap keputusan peningkatan <i>brand awareness</i> pada UMKM CFD Tulungagung	71
C. Potongan harga (X2) terhadap keputusan peningkatan <i>brand awareness</i> pada UMKM CFD Tulungagung	73
BAB VI PENUTUPAN	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	