

DAFTAR ISI

COVER	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Digital Marketing.....	18
B. Brand Image.....	28
C. Influencer Marketing.....	33
D. Brand Awareness	41
E. Hubungan Variabel Terikat (X) dan Variabel Bebas (Y)	45
F. Penelitian Terdahulu	45
G. Kerangka Konseptual.....	52
H. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Populasi dan Sampel	57

C. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Data	63
--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
B. Profil Responden.....	67
C. Hasil Kuisisioner Responden.....	67
D. Analisis Data	71

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Konsumen MayHijab Scarf Tulungagung.....	88
B. Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Awareness Konsumen MayHijab Scarf Tulungagung.....	93
C. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Konsumen MayHijab Scarf Tulungagung	96
D. Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Influencer Marketing terhadap Brand Awareness MayHijab Scarf Tulungagung.....	99

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA.....	108
----------------------------	------------