

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Startup Digital.....	19
2.1.2 Social Media Marketing Activities	21
2.1.3 Promtion (Promosi).....	26
2.1.4 Konten.....	27
2.1.5 Brand awareness (Kesadaram Merek)	29
2.1.6 Purchase Decision (Keputusan Pembeli)	31
2.2 Penelitian yang relevan	31
2.3 Kerangka Penelitian	38
2.3.1 Potensi Instagram, TikTok, dan Twitter untuk Kinerja Bisnis	38
2.3.2 Instagram, TikTok, dan Twitter berdampak pada Brand awareness	39
2.3.3 Konten Instagram, TikTok, dan Twitter berdampak pada Keputusan Pembelian	40
2.3.4 Instagram, TikTok, dan Twitter sebagai Media Promosi	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Pendekatan Penelitian	45
3.3 Studi Kasus Deskriptif	46

3.4	Paradigma Penelitian.....	48
3.5	Objek Penelitian	49
3.6	Desain Riset.....	51
3.7	Metode Pengumpulan Data	52
3.7.1	Observasi	52
3.7.2	Dokumentasi	53
3.7.3	Wawancara.....	53
3.8	Definisi Operasional.....	54
3.9	Validasi Data	56
3.9.1	Triangulasi Data.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	60
4.1.1	Profil Usaha	60
4.1.2	Deskripsi Umum Informan	67
4.2	Validasi Data	69
4.2.1	Triangulasi Sumber.....	69
4.2.2	Triangulasi Metode	73
4.2.3	Triangulasi Teori.....	76
4.3	Pembahasan.....	82
4.3.1	Instagram, TikTok, dan Twitter berdampak pada Brand awareness Funcher Things.....	82
4.3.2	Konten Instagram, TikTok, dan Twitter berdampak pada Keputusan Pembelian	87
4.3.3	Kinerja Bisnis selama menggunakan Instagram, TikTok, dan Twitter	94
4.4	Strategi Pengembangan Bisnis Kedepan.....	101
4.4.1	Berfokus Menggunakan Twitter	102
4.4.2	Informasi Dari Konten Yang Dibuat Lengkap	102
4.4.3	Desain Konten Dibuat Harus Bisa Menarik Perhatian Konsumen.....	103
BAB V PENUTUP.....		104
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Keterbatasan Penelitian	106
5.3	Saran Penelitian.....	107
Daftar Pustaka		108
Lampiran		114