

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Keaslian Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Telaah Pustaka	12
1. Promosi	12
2. <i>Digital marketing</i>	14
3. Media sosial	20
4. <i>Tools analytics</i>	31
5. Klinik Estetika De-Glow	38
B. Kerangka Teori Penelitian.....	42
C. Kerangka Konsep	43
D. Pertanyaan Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis dan Desain Penelitian	44

B.	Tempat dan Waktu Penelitian	44
C.	Obyek Penelitian	44
D.	Sumber dan Jenis Data	44
E.	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
F.	Instrumen dan Cara Pengumpulan Data	47
1.	Instrumen penelitian	47
2.	Tenik pengumpulan data	47
G.	Cara Analisis Data	48
1.	Tehnik pengelolaan data	48
2.	Tehnik analisis data	48
H.	Etika Penelitian	49
1.	<i>Ethical Clearance</i>	49
2.	<i>Confidentially</i>	49
3.	<i>Beneficence</i>	49
4.	Peneliti harus bersikap jujur	49
5.	Data jelas dan lengkap	49
I.	Rencana Jalannya Penelitian	49
1.	Tahap persiapan penelitian	49
2.	Tahapan dan kegiatan penelitan	50
3.	Penulisan laporan dan evaluasi	52
J.	Keterbatasan Penelitian	52
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		53
A.	Hasil Penelitian	53
1.	Gambaran tentang akun facebook dan instgaram Klinik Estetika De-Glow	53
2.	Pembuatan iklan facebook ads	54
3.	Hasil Iklan <i>Facebook Advertising</i> Produk Treatment I2PL Klinik Estetika De'Glow	59
4.	Hasil iklan <i>Instagram Advertising Produk Treatment I2PL</i> Klinik Estetika De-Glow	62

B.	Pembahasan Penelitian.....	67
1.	Meningkatkan <i>brand awareness</i>	68
2.	Meningkatkan user engagement.....	68
3.	Memetakan target pasar.	69
4.	Meminimalkan anggaran iklan.....	70
5.	Meningkatkan penjualan produk.....	72
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		77
A.	Kesimpulan	77
B.	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LEMBAR KUISIIONER		81
DAFTAR ISTILAH		82