

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori .....	11
1. <i>Brand Awareness</i> Produk Kecantikan .....	11
2. Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	13
3. <i>Social Media Marketing Communication</i> (SMMC) .....	14
4. <i>Social Media Marketing Communication</i> dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> .....	15
5. Faktor Pembentuk <i>Brand Awareness</i> dalam <i>Social Media Marketing Communication</i> .....	16
a. <i>Brand Exposure</i> .....	19
b. <i>Customer Engagement</i> .....	20
c. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	23
G. Hipotesis Penelitian .....	25
H. Definisi Konsep dan Operasional .....	27
I. Metodologi Penelitian.....	30

1. Paradigma Penelitian .....	30
2. Pendekatan Penelitian.....	31
3. Metode Penelitian .....	31
4. Objek Penelitian .....	32
5. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
6. Teknik Pengumpulan Data .....	33
7. Uji Instrumen Penelitian.....	34
a. Uji Validitas .....	34
b. Uji Reliabilitas .....	36
c. Uji Asumsi Klasik.....	36
8. Teknik Pengolahan Data.....	37
9. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB II PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN BRAND</b>	
<b>AWARENESS .....</b>	<b>39</b>
A. Peran Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran.....	39
B. Urgensi dan Cara Membangun <i>Brand Awareness</i> melalui Media Sosial .....	44
C. Proses Terbentuknya <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	50
<b>BAB III DESKRIPSI RESPONDEN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM</b>	
<b>KOMUNIKASI PEMASARAN BLP BEAUTY .....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Pengguna Media Sosial di Indonesia .....	53
B. Profil Responden.....	54
1. Usia.....	54
2. Tingkat Pendidikan Terakhir .....	55
3. Domisili .....	57
4. Pekerjaan .....	58
5. Media Sosial Favorit.....	60
6. Sumber Informasi BLP Beauty.....	61
7. Pengeluaran Perbulan untuk Produk Kosmetik.....	63
8. Penggunaan BLP Beauty oleh Orang Terdekat .....	65
C. Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran BLP Beauty.....	65
1. Instagram BLP Beauty .....	66

2. YouTube BLP Beauty .....	68
3. Twitter BLP Beauty.....	70
4. Facebook BLP Beauty .....	71
<b>BAB IV TERPAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS</b>	
BLP BEAUTY .....	74
A. ANALISIS VARIABEL DEPENDEN DAN VARIABEL INDEPENDEN .....	75
1. Variabel Dependen ( <i>Brand Awareness</i> BLP Beauty).....	75
2. Variabel Independen (X) .....	84
2.1 Variabel <i>Brand Exposure</i> (X1).....	84
2.2 Variabel <i>Customer Engagement</i> (X2) .....	85
2.3 Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3).....	87
B. PENGUJIAN HIPOTESIS .....	89
1. Pengaruh <i>Brand Exposure</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> BLP Beauty .....	90
2. Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> BLP Beauty .....	90
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> BLP Beauty .....	91
4. Pengaruh <i>Brand Exposure, Customer Engagement</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	92
5. Pembahasan .....	94
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>105</b>
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran .....	106
C. Limitasi Penelitian .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN.....	116