

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR ISI.....1

DAFTAR TABEL6

DAFTAR GAMBAR.....11

DAFTAR LAMPIRAN12

BAB I PENDAHULUAN.....Error! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2.1 Identifikasi Masalah..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2.2 Rumusan Masalah **Error! Bookmark not defined.**

1.3 Tujuan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

1.4 Manfaat Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

1.4.1 Manfaat Teoritis..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4.2 Manfaat Praktis **Error! Bookmark not defined.**

BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan HipotesisError! Bookmark not defined.

2.1 Kajian Pustaka **Error! Bookmark not defined.**

- 2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (*Grand Theory*)**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.1 Pengertian Manajemen**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.2 Definisi Manajemen**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.3 Tujuan Manajemen**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.4 Fungsi Manajemen**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.5 Tingkatan Manajemen**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.6 Unsur-unsur Manajemen**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1.7 Manajemen 4.0**Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.2 Manajemen Pemasaran (*Middle Theory*)**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.2.1 Pengertian Pemasaran.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran**Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.3 Variabel yang diteliti (*Applied Theory*)**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.1 *Social Media Marketing***Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.2 Dimensi *Social Media Marketing***Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.3 Variabel Kesuksesan *Social Media Marketing***Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.4 *Tagline***Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.5 Fungsi *Tagline***Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.6 Tujuan *Tagline*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.7 Karakteristik *Tagline***Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.8 Indikator *Tagline***Error! Bookmark not defined.**

2.1.3.9 <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.10 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan ..	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Definisi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
3.5.2 Pengaruh <i>tagline</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Tagline</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	
.....	Error! Bookmark not defined.

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

3.6.1 Tempat Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

3.6.2 Waktu Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

4.1 Hasil Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.1 Profil Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
.....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error!
Bookmark not defined.**

4.1.1.4 Sejarah Singkat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.5 Visi, Misi dan Nilai PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.**Error!
Bookmark not defined.**

4.1.2 Karakteristik Responden**Error! Bookmark not defined.**

4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.3.1 Deskripsi Variabel *Social Media Marketing* (X₁) Merek Indomie di
Fakultas Ekonomi**Error! Bookmark not defined.**

4.1.3.2 Deskripsi Variabel *Tagline* (X₂) Merek Indomie di Fakultas Ekonomi
Universitas Galuh**Error! Bookmark not defined.**

4.1.3.3 Deskripsi Variabel *Brand Awareness* (Y) Merek Indomie di Fakultas
Ekonomi Universitas Galuh..**Error! Bookmark not defined.**

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

4.1.4.1 Pengaruh *Social Media Marketing* (X1) terhadap *Brand Awareness* (Y)
pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error! Bookmark
not defined.**

4.1.4.2 Pengaruh *Tagline* (X2) terhadap *Brand Awareness* (Y) pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error! Bookmark not defined.**

4.1.4.3 Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Tagline* terhadap *Brand
Awareness* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2 Pembahasan.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Pengaruh *Social Media Marketing* (X1) terhadap *Brand Awareness* (Y) Merek
Indomie pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error!
Bookmark not defined.**

4.2.2 Pengaruh *Tagline* (X2) terhadap *Brand Awareness* (Y) Merek Indomie pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error! Bookmark not
defined.**

4.2.3 Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Tagline* terhadap *Brand Awareness* pada
mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error! Bookmark not
defined.**

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....**Error! Bookmark not defined.**

5.1 Simpulan**Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Kategori Mie Instant Dalam Kemasan Bag **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 2 Hasil Prasurvey Brand Awarenesss Mie Instan Dalam Kemasan Bag Merek Indomie pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang Mengonsumsi Mie Instan dalam Kemasan Bag Merek Indomie **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Ukuran Sampel **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 4 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 5 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 6 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 7 Waktu Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1 Unit Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3 Program Studi Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 4 Tahun Angkatan Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5 Pedoman Interpretasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Konten yang Dibuat Dari Media Sosial Indomie Terlihat Menarik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Media Sosial Pada Indomie Menyenangkan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Indomie Menggunakan Media Sosial Untuk Berinteraksi Dengan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Saya Dapat Berinteraksi Dengan Pelanggan Lainnya.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Indomie Selalu Menghadirkan Informasi Terbaru Tentang Produknya.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Pelaku Media Sosial (Admin) Pada Indomie Sangat Kekinian**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Informasi yang Dikeluarkan Indomie Sesuai Dengan yang Dicari Konsumen**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Indomie Selalu Siap Melayani Konsumen**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Saya Suka Berbagi Informasi Tentang Indomie Kepada Teman Saya.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Saya Selalu Ingin Mengupload Konten-konten Indomie**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel *Social Media Marketing***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 Interpretasi Untuk Variabel *Social Media Marketing***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 18 Pedoman Interpretasi**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa *Tagline* yang Dibuat oleh Indomie Sangat Unik**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai *Tagline* yang Diciptakan Oleh Indomie Dilindungi Hak Cipta.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasakan Kesesuaian Antara Kualitas Produk Indomie Dengan *Tagline*-nya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Apa yang Dijanjikan
Produk Indomie Dalam *Tagline* Sesuai Dengan Apa yang Konsumen Dapatkan
.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Mengenai *Tagline* Indomie Yaitu “Seleraku” Didukung
Oleh Kata Yang Menarik**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Mengenai *Tagline* Indomie Mudah Dipahami Oleh
Konsumen**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Terinspirasi Membeli Produk
Indomie Karena Mengetahui *Tagline*-nya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa *Tagline* Indomie Mampu
Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa *Tagline* Indomie Mampu
Meyakinkan Konsumen**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 28 Tanggapan Resonden Mengenai Konsumen Merasa *Tagline* Indomie Sangat
Kreatif dan Menjual Sebuah Ide**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Mengenai *Tagline* Indomie yaitu “Seleraku” Mudah
Diingat Oleh Konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa *Tagline* Indomie Sangat
Efektif Dalam Mengingatkannya Pada Produk Indomie**Error! Bookmark not
defined.**

Tabel 4. 31 Rekapitulasi *Tagline* di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error! Bookmark
not defined.**

Tabel 4. 32 Interval Untuk Variabel *Tagline***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 33 Pedoman Interpretasi**Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4. 34 *Social Media Marketing* Indomie Tidak Mengingatkan Konsumen Terhadap Merek Indomie.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Mengenai Tagline “Seleraku” Tidak Mengingatkan Konsumen Pada Merek Indomie.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Mengenai Saya Cukup Mengetahui Varian Rasa Dari Merek Indomie.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Mengenai Saya Mengenali Merek Indomie Dengan Melihat Gambar Produknya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Mengetahui Tagline Indomie**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Mengenai Saya Mampu Mengidentifikasi Merek Indomie**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Mengenai Saya Bisa Mengenali Merek Indomie Dengan Melihat Bintang Iklannya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Mengenai Merek Indomie Dapat Saya Kenali Dengan Mudah**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Mengenai Mie Instan Dalam Kemasan Identik Dengan Merek Indomie.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Mengenai Saya Mampu Menyebutkan Jenis-Jenis Varian Rasa Indomie Tanpa Melalui Bantuan**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 44 Tanggapan Responden Mengenai Saya Mampu Mengingat Merek Indomie Tanpa Diberikan Stimulus**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 45 Tanggapan Responden Mengenai Merek Indomie Pertama Kali Muncul Dipikiran Saat Berbicara Mengenai Kategori Produk Indomie Dalam Kemasan Bag**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 46 Tanggapan Responden Mengenai Ketika Mendengar “Indomie Seleraku”

Konsumen Langsung Mengingat Indomie **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 47 Tanggapan Responden Mengenai Merek Indomie Merupakan Merek Utama Yang

Ada Didalam Benak Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 48 Tanggapan Responden Mengenai Indomie Merupakan Alternatif Pilihan Utama

Ketika Hendak Membeli Mie Instan Dalam Kemasan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 49 Rekapitulasi *Brand Awareness* di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 50 Interpretasi Untuk Variabel *Brand Awareness* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 51 Data Variabel *Social Media Marketing* terhadap *Brand Awareness* **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4. 52 Pedoman untuk Menentukan Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi X1 terhadap

Y..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 53 Data Variabel *Tagline* terhadap *Brand Awareness* **Error! Bookmark not**

defined.

Tabel 4. 54 Pedoman untuk Menentukan Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi X2 terhadap

Y..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 55 Data Variabel X1 dan X2 terhadap Y. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 56 Pedoman untuk Menentukan Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi X1 dan X2

terhadap Y..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Struktur Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Tugas Membimbing Skripsi
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian
Lampiran 3	Surat Izin Balasan Penelitian
Lampiran 4	Kuesioner
Lampiran 5	Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X1)
Lampiran 6	Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Tagline</i> (X1)
Lampiran 7	Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)