

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Social Media Marketing.....	13
2.1.2 TikTok.....	14
2.1.3 Promotion (Promosi).....	16
2.1.4 Brand Awareness (Kesadaran Merek) .....	17
2.1.5 Brand Image (Citra Merek).....	19
2.1.6 Purchase Intention (Niat Membeli).....	20
2.2 Penelitian yang Relevan .....	23
2.3 Kerangka Berpikir Peneliti .....	27
2.3.1 Potensi TikTok untuk Kinerja Bisnis.....	27
2.3.2 Aplikasi TikTok sebagai Media Promosi.....	28
2.3.3 TikTok berdampak terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	29

2.3.4	TikTok berdampak terhadap <i>Brand Image</i> .....	30
2.3.5	Konten Promosi berdampak terhadap Niat Beli .....	31
BAB III	METODE PENELITIAN.....	34
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Pendekatan Penelitian.....	35
3.3	Studi Kasus Deskriptif.....	36
3.4	Paradigma Penelitian .....	37
3.5	Desain Riset.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Profil Usaha.....	44
4.2	Pengaruh TikTok terhadap Bisnis .....	46
4.3	Pengaruh Konten Promosi TikTok terhadap Niat Beli .....	50
4.4	Pengaruh Aplikasi TikTok terhadap Pendapatan .....	56
4.5	Kinerja Bisnis Sebelum & Sesudah Menggunakan TikTok.....	60
BAB V	PENUTUP.....	67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran Penelitian .....	69
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	70
DAFTAR PUSTAKA	.....	71
LAMPIRAN	.....	74