

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>23</b>
1.4.1 Bagi Penulis.....	23
1.4.2 Bagi Pemilik Usaha.....	23
1.4.3 Bagi Konsumen.....	23
<b>1.5 Skema Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1 Integrated Marketing Communication (IMC).....</b>	<b>26</b>
<b>2.2 Digital Marketing.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Social Media Marketing.....</b>	<b>29</b>
2.5.1 Instagram.....	31
2.5.2 TikTok.....	32
<b>2.4 Model Marketing AIDA.....</b>	<b>33</b>
<b>2.5 Omzet Penjualan (Sales Revenue).....</b>	<b>35</b>
<b>2.6 Algoritma, Analitik. dan Data Driven Marketing.....</b>	<b>36</b>
<b>2.7 Brand Awareness.....</b>	<b>38</b>
<b>2.8 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>39</b>
<b>2.9 Desain Penelitian.....</b>	<b>43</b>

<b>BAB III</b> .....	<b>45</b>
<b>3.1 Metode Penelitian</b> .....	<b>45</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian</b> .....	<b>46</b>
<b>3.3 Objek Penelitian</b> .....	<b>46</b>
<b>3.4 Jenis Data</b> .....	<b>47</b>
3.4.1 Data Primer .....	47
3.4.2 Data Sekunder .....	48
<b>3.5 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>48</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	<b>51</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>53</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan</b> .....	<b>53</b>
4.1.1 Logo Arifa Zahra Makeup .....	53
4.1.2 Visi dan Misi Arifa Zahra Makeup .....	56
<b>4.2 Analisis Lingkungan</b> .....	<b>56</b>
4.2.1 Aspek Produk .....	56
4.2.2 Aspek Pasar dan Pemasaran .....	61
4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia .....	67
4.2.4 Aspek Operasional .....	70
4.2.5 Aspek Legalitas .....	75
4.2.6 Aspek Keuangan .....	78
4.2.6.1 Laporan Pendapatan .....	78
4.2.6.2 Biaya Operasional .....	79
4.2.6.3 Biaya Investasi .....	83
4.2.6.4 Arus Kas .....	85
4.2.6.5 Laporan Laba Rugi .....	86
4.2.6.6 Neraca .....	88
<b>4.3 Analisis Kelayakan Keuangan</b> .....	<b>90</b>
4.3.1 Biaya Penggunaan Aplikasi Media Sosial .....	91
4.3.2 Evaluasi Kembali Strategi Operasional dan Pemasaran .....	97
4.3.3 Pemangkasan Biaya dan Peningkatan Pendapatan .....	98
<b>4.4 Pembahasan</b> .....	<b>100</b>
4.4.1 Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram dan TikTok terhadap Engagement Arifa Zahra Makeup .....	100
4.4.1.1 Analisis Data Engagement Instagram Arifa Zahra Makeup ...	100
4.4.1.2 Analisis Data Engagement TikTok Arifa Zahra Makeup .....	106
4.4.2 Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Menarik Pelanggan Baru untuk Layanan Arifa Zahra Makeup.....	109
4.4.3 Analisis Pengaruh Pemasaran Berbasis Media Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Keuangan dan Pendapatan Bisnis pada Arifa Zahra Makeup.....	114

4.4.3.1	Analisis Arus Kas Bersih Sebelum dan Sesudah Implementasi Social Media Marketing.....	115
4.4.3.2	Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Implementasi Social Media Marketing.....	117
<b>4.5</b>	<b>Action Plan.....</b>	<b>121</b>
<b>BAB V.....</b>		<b>123</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>123</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>126</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>130</b>

