

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	I
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Konsep yang Diteliti.....	11
1. Definisi <i>digital branding</i>	11
2. Pembentukan strategi <i>branding</i>	11
3. Membangun <i>digital branding</i>	14
4. Startup <i>online</i> travel agency.....	18
5. Membangun <i>digital brand</i> dengan <i>interactive marketing communications</i>	19
B. Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
B. Desain Penelitian.....	30
C. Sumber Data dan Sampel Penelitian	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Keabsahan Data.....	32
1. Uji <i>Credibility</i>	33
2. Uji <i>Transferability</i>	33
3. Uji <i>Dependability</i>	34

F.	Teknik Analisis Data.....	35
1.	Reduksi Data.....	35
2.	Penyajian Data.....	36
3.	Menarik Kesimpulan.....	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A.	Deskripsi Data.....	37
B.	Hasil Data.....	38
1.	Penggunaan Aplikasi.....	38
2.	Media Sosial.....	40
3.	Pengalaman Konsumen.....	41
C.	Pembahasan Data.....	43
1.	Penggunaan aplikasi.....	43
2.	Sosial media.....	44
3.	Pengalaman konsumen.....	45
BAB V	PENUTUP.....	46
A.	Kesimpulan.....	46
B.	Implikasi.....	47
C.	Keterbatasan Penelitian.....	48
D.	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....		50
LAMPIRAN.....		55