

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum PT. XL Axiata Tbk.	1
1.1.2 Visi dan Misi PT. XL Axiata Tbk.....	2
1.1.3 Bidang Usaha PT. XL Axiata Tbk.....	2
1.1.4 Logo PT. XL Axiata Tbk.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.1.6 Aspek Teoritis.....	8
1.6.2 Aspek Praktis	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penelitian Tugas Akhir.....	9

BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka dan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Internet dan Media Sosial	11
2.1.2. <i>Customer Engagement</i>	14
2.1.3 <i>Brand Experiences</i>	16
2.1.4 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3 Hipotesis	25
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Karakteristik Penelitian.....	26
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	27
3.2.1 Variabel Operasional	27
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Tahapan Penelitian.....	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.5.1 Pengumpulan Data	39
3.5.2 Sumber Data.....	39
3.6 Validitas dan Realibilitas	39
3.6.1 Validitas	39
3.6.2 Reliabilitas	41
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.7.3 <i>Methods of Succesive Interval</i> (MSI).....	45
3.7.4 Analisis Regresi Berganda.....	45
3.7.5 Uji T	46

BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Perseptual (X_1)	50
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Sosial (X_2)	52
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Epistemik (X_3)	54
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Embodied (X_4)	57
4.2.5 Rekapitulasi Tanggapan Pengalaman Perseptual, Sosial, Epistemik, dan Embodied	59
4.2.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Engagement</i> (Y)	60
4.3 Pembahasan Penelitian	62
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	63
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.3.3 Pengujian Hipotesis	68
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	72
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77
KUESIONER PENELITIAN	77
IDENTITAS RESPONDEN	77
PERTANYAAN PENELITIAN	78

KUESIONER.....	78
----------------	----