

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1    Profil Umum IM3 Ooredoo.....	1
1.1.2    Visi dan Misi IM3 Ooredoo .....	2
1.1.3    Bidang Usaha IM3 Ooredoo .....	2
1.1.4    Logo IM3 Ooredoo .....	2
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3    Rumusan Masalah .....	6
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	6
1.5    Tujuan Penelitian.....	7
1.6    Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1    Aspek Teoritis .....	7
1.6.2    Aspek Praktis .....	8
1.7    Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.8    Sistematika Penelitian Tugas Akhir .....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1    Kajian Pustaka dan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1    Internet dan Media Sosial.....	10
2.1.2 <i>Customer Engagement</i> .....	13
2.1.3 <i>Brand Experience</i> .....	15

2.2	Penelitian Terdahulu .....	17
2.3	Kerangka Pemikiran .....	22
2.4	Hipotesis .....	23
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>22</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>22</b>
3.1	Karakteristik Penelitian .....	22
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	23
3.2.1	Variabel Operasional.....	23
3.2.2	Skala Pengukuran.....	30
3.3	Tahapan Penelitian .....	30
3.4	Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1	Populasi .....	31
3.4.2	Sampel.....	32
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	33
3.5.1	Pengumpulan Data .....	33
3.5.2	Sumber Data.....	33
3.6	Validitas dan Realibilitas.....	33
3.6.1	Validitas .....	33
3.6.2	Realibilitas.....	35
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	36
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	36
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	37
3.7.3	Analisis Regresi Berganda .....	38
3.7.4	Uji Asumsi Klasik .....	38
3.7.5	Uji F .....	39
3.7.6	Uji T .....	40
3.7.7	Uji R2.....	41
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>42</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	42
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	43

4.1.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	44
4.1.4	Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	45
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Tanggapan responden terhdap pengalaman perseptual( $X_1$ ).....	46
4.2.2	Tanggapan responden terhdap pengalaman sosial( $X_2$ ).....	47
4.2.3	Tanggapan responden terhdap pengalaman epistemik( $X_3$ ).....	49
4.2.4	Tanggapan responden terhdap pengalaman terwujud( $X_4$ ).....	51
4.2.5	Tanggapan responden terhdap consumer (Y).....	53
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	60
<b>BAB V</b>	.....	<b>65</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>65</b>
5.1	KESIMPULAN.....	65
5.2	Saran.....	66
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan.....	66
5.2.2	Saran Untuk Penelitian selanjutnya.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>71</b>