

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Umum PT Hutchison 3 Indonesia	1
1.1.2. Visi dan Misi PT Hutchison 3 Indonesia.....	2
1.1.3. Logo PT Hutchison 3 Indonesia	2
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4. Pertanyaan Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	11

1.7.	Ruang Lingkup Penelitian	11
1.8.	Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		13
2.1.	Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.1.1.	Teori Pemasaran	13
2.1.2.	Bauran Pemasaran	13
2.1.3.	Produk.....	15
2.1.4.	<i>Brand</i>	16
2.1.5.	<i>Brand Experience</i>	17
2.1.6.	<i>Customer Engagement</i>	18
2.1.7.	Hubungan <i>Brand Experience</i> dengan <i>Customer Engagement</i>	20
2.1.8.	Internet dan Media Sosial	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	24
2.3.	Kerangka Pemikiran	29
2.4.	Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1.	Karakteristik Penelitian	31
3.2.	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	32
3.2.1.	Variabel Operasional	32
3.2.2.	Skala Pengukuran	39
3.3.	Tahapan Penelitian	39
3.4.	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1.	Populasi	41

3.4.2.	Sampel	41
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	42
3.5.1.	Sumber Data	42
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.	Validitas dan Reliabilitas	44
3.6.1.	Validitas	44
3.6.2.	Reliabilitas	46
3.7.	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.7.1.	Analisis Deskriptif	47
3.7.2.	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	49
3.7.3.	Analisis Regresi Berganda	49
3.7.4.	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.5.	Uji T	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1.	Karakteristik Responden.....	53
4.1.1.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54
4.1.3.	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4.	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	56
4.2.	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1.	Tanggapan Responden terhadap Pengalaman Perseptual.....	57
4.2.2.	Tanggapan Responden terhadap Pengalaman Sosial.....	59
4.2.3.	Tanggapan Responden terhadap Pengalaman Epistemik	61

4.2.4.	Tanggapan Responden terhadap Pengalaman Terwujud.....	64
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.3.1.	Uji Asumsi Klasik	66
4.3.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.3.3.	Pengujian Hipotesis	70
4.3.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1.	Kesimpulan.....	77
5.2.	Saran	78
5.2.1.	Saran Untuk Perusahaan	78
5.2.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		83
KUESIONER PENELITIAN		83
HASIL OLAHAN SPSS.....		88