

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang.....	2
1.3. Identifikasi Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.5.1. Manfaat Teoritis	6
1.5.2. Manfaat Praktis	6
1.6. Waktu dan Periode Penelitian.....	7
BAB II	8
2.2. Reputasi Perusahaan	8
2.3. <i>Social media engagement</i>	20
2.4. Hubungan <i>Social media engagement</i> dengan Reputasi Perusahaan	19
2.5. Penelitian Terdahulu	20
2.6. Kerangka Pemikiran	22
2.7. Hipotesis Penelitian	23
2.8. Ruang Lingkup Penilaian	23
BAB III	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian	25
3.3. Definisi Operasional	26
3.4. Skala Pengukuran	28
3.5. Populasi dan Sampel.....	28
3.6. Teknik Pengumpulan Data	30
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	31
3.8. Teknik Analisa Data	32
BAB IV	36

4.1. Persiapan Penelitian.....	36
4.2. Pengumpulan Data.....	43
4.3. Karakteristik Responden.....	49
4.4. Hasil Penelitian.....	52
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB VI.....	67
5.1. Simpulan.....	67
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	74