

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Identifikasi Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Kegunaan Penelitian	16
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	17
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Rangkuman Teori dan Konsep.....	18
2.1.1. Komunikasi	18
2.1.2. Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.3. Media Sosial.....	22
2.1.4. Daya Tarik Pesan	25
2.1.5. Perilaku Konsumen	27
2.1.6. <i>Customer engagement</i>	28
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Pemikiran.....	44
2.4. Hipotesis Penelitian.....	45

2.5.	Ruang Lingkup Penelitian.....	45
BAB III		47
METODE PENELITIAN.....		47
3.1.	Jenis Penelitian.....	47
3.2.	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	48
	Variabel Operasional.....	48
3.2.1.	Skala Pengukuran.....	51
3.2.2.	Tahapan Penelitian	52
3.3.	Populasi dan Sampel	53
3.3.1.	Populasi.....	53
3.3.2.	Sampel.....	53
3.3.2.1.	Teknik Sampel	54
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1.	Kuesioner	55
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.5.1.	Uji Validitas	55
3.5.2.	Uji Reliabilitas	58
3.6.	Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1.	Analisis Statistik	60
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.2.1.	Uji Normalitas.....	61
3.6.2.2.	Koefisien Korelasi.....	61
3.6.2.3.	Koefisien Determinasi	62
3.6.2.4.	Analisis Regresi Linear Sederhana	63

3.6.3.	Uji Hipotesis	63
3.6.3.1.	Uji T	63
BAB IV		65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1.	Pengumpulan Data	65
4.2.	Karakteristik Responden	66
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	66
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi <i>Followers</i>	69
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	71
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.3.	Hasil Penelitian	73
4.3.1.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel X (Daya Tarik Pesan)	73
4.3.2.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y (<i>Customer Engagement</i>)	80
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3.3.1.	Uji Normalitas.....	88
4.3.3.2.	Koefisien Korelasi.....	89
4.3.3.3.	Koefisien Determinasi.....	90
4.3.3.4.	Analisis Regresi Linear	91
4.3.4.	Uji Hipotesis	92
4.3.4.1.	Uji T	92
4.4.	Pembahasan Hasil	93
4.4.1.	Gambaran Daya Tarik Pesan Pada <i>Caption @netflixid</i> Variabel (X)	94

4.4.2.	Gambaran <i>Customer Engagment</i> Dengan <i>Followers</i> Variabel (Y)	95
4.4.3.	Gambaran Pengaruh Daya Tarik Pesan Pada <i>Caption @netflixid</i> Terhadap <i>Customer Engagement</i> Dengan <i>Followers</i>	97
BAB V.....		100
KESIMPULAN DAN SARAN.....		100
5.1.	Kesimpulan	100
5.2.	Saran.....	100
5.2.1.	Saran Akademik	100
5.2.2.	Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN.....		108