

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	<i>i</i>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<i>ii</i>
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	<i>iii</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>iv</i>
ABSTRAK	<i>vi</i>
ABSTRACT	<i>vii</i>
DAFTAR ISI.....	<i>viii</i>
DAFTAR TABEL	<i>xii</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xiii</i>
DAFTAR LAMPIRAN.....	<i>xiv</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	<i>1</i>
1.2 Identifikasi Masalah	<i>10</i>
1.3 Tujuan Penelitian	<i>11</i>
1.4 Kegunaan Penelitian	<i>11</i>
1.4.1 Aspek Teoritis	<i>11</i>
1.4.2 Aspek Praktis	<i>11</i>
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	<i>11</i>
1.6 Sistematika Penulisan	<i>12</i>
BAB II	<i>14</i>
TINJAUAN PUSTAKA.....	<i>14</i>
2.1 Tinjauan Teori.....	<i>14</i>
2.1.1 Komunikasi	<i>14</i>
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	<i>14</i>
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	<i>15</i>
2.1.4 Interaktif Marketing	<i>17</i>

2.1.5	Content Marketing	17
2.1.6	Customer Engagement	18
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran.....	29
2.4	Hipotesis Penelitian	32
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	33
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	34
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.2.2	Skala Pengukuran.....	43
3.3	Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Data Primer	46
3.4.2	Data Sekunder	46
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.5.1	Uji Validitas	47
3.5.2	Uji Reliabilitas	49
3.6	Teknik Analisis Data.....	51
3.6.1	Analisis Deskriptif	51
3.6.2	Method Successive Interval (MSI)	53
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.4	Koefisien Korelasi.....	55
3.6.5	Koefisien Determinasi.....	55
3.6.6	Uji Regresi Linear Sederhana	56
3.6.7	Uji Hipotesis	57
BAB IV		58

HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Karakteristik Responden	58
4.1.1 Screening Question Responden merupakan Mahasiswa Baru Universitas Telkom Angkatan 2022	58
4.1.2 Screening Question Responden adalah Pengikut Akun @smbtelkom di TikTok	59
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	61
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Analisis Data Deskriptif	61
4.2.2 Method Successive Interval (MSI)	85
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	85
4.2.4 Uji Korelasi	87
4.2.5 Koefisien Determinasi	88
4.2.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	89
4.2.7 Uji Hipotesis	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	92
4.3.1 Variabel Content Marketing	92
4.3.2 Variabel Customer Engagement	94
4.3.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> TikTok @smbtelkom Terhadap <i>Customer Engagement</i>	96
4.3.4 Seberapa Besar Pengaruh <i>Content Marketing</i> TikTok @smbtelkom Terhadap <i>Customer Engagement</i>	97
BAB V	98
KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Teoritis	98
5.2.2 Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA	100

LAMPIRAN.....	102
----------------------	------------