

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Digital Marketing	12
2.1.3 User Generated Content	13
2.1.4 Influencer Marketing	13
2.1.5 Brand Awareness	14
2.1.6 Media Sosial.....	15
2.1.7 TikTok.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Jurnal Nasional.....	16
2.1.2 Jurnal Internasional	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22

2.4 Hipotesis penelitian	23
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	26
3.2.1 Operasional Variabel	26
3.2.2 Skala Pengukuran.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder	37
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reliabilitas	39
3.6 Teknik Analisa Data	41
3.6.1 Analisa Deskriptif	41
3.6.2 Metode Successive Interval (MSI).....	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	43
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.6.4 Koefisien Korelasi	44
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	45
3.6.7 Uji Hipotesis	46
3.6.7.1 Uji T.....	46
3.6.7.2 Uji F.....	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Karakteristik Responden	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial Tiktok	51
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Konten Di “Top Video” Dengan Keyword “Mykonos”.....	52

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Konten UGC Atau Influencer Mana Yang Pernah Anda Lihat	53
4.3 Hasil Penelitian	54
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X1) User Generated Content	54
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X2) Influencer Marketing	62
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y) Brand Awareness	68
4.3.4 Method of Successive Internal (MSI)	75
4.3.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	76
4.3.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	76
4.3.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi	78
4.3.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.3.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
4.3.9 Hasil Uji Hipotesis	83
4.3.9.1 Hasil Uji T.....	83
4.3.9.2 Hasil Uji F.....	84
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.4.1 User Generated Content	87
4.4.2 Influencer Marketing	89
4.4.3 Brand Awareness	91
4.4.4 Pengaruh User Generated Content terhadap Brand Awareness Mykonos di media sosial TikTok.	93
4.4.5 Pengaruh Influencer Marketing terhadap Brand Awareness Mykonos di media sosial TikTok.....	94
4.4.6 Pengaruh User Generated Content dan Influencer Marketing Mykonos di media sosial TikTok.....	95
BAB V	96
PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran Teoritis	96
5.2.2 Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	