

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.3 IMC (Integrated Marketing Communication)	12
2.1.4 <i>User Generated Content</i> (UGC)	14
2.1.5 Electronic Word Of Mouth (e-WOM)	15
2.1.6 <i>Brand Loyalty</i>	17
2.1.7 Aplikasi X.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	27
3.2.1 Operasional Variabel	27
3.2.2 Skala Pengukuran.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.5.1 Uji Validitas	39
3.5.2 Uji Reliabilitas	41
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.6.1 Analisis Deskriptif	42
3.6.2 Metode Successive Interval (MSI).....	44

3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.4 Koefisien Korelasi	45
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	47
3.6.7 Uji Hipotesis	47
BAB IV.....	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Terkait Pengaksesan Informasi mengenai kasus peretasan Bank BSI	50
4.3 Analisis Deskriptif.....	50
4.3.1 Variabel <i>User Generated Content</i>	50
4.3.2 Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	56
4.3.3 Variabel <i>Brand Loyalty</i>	65
4.4 Method Successive Internal (MSI).....	71
4.5 Uji Asumsi Klasik	72
4.5.1 Uji Normalitas.....	72
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	74
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5.4 Uji Koefisien Korelasi	75
4.5.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.5.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
4.6 Hasil Uji Hipotesis	79
4.6.1 Hasil Uji T	79
4.6.2 Hasil Uji F.....	82
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.7.1 User Generated Content	84
4.7.2 Electronic Word of Mouth	86
4.7.3 Brand Loyalty	87
4.7.4 Pengaruh <i>User Generated Content</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Nasabah Bank BSI di media sosial X... 89	
4.7.5 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Nasabah Bank BSI di media sosial X. 90	
4.7.6 Pengaruh User Generated Content dan Electronic Word of Mouth Nasabah Bank BSI di media sosial X.	91
BAB V.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran Teoritis.....	92
5.2.2 Saran Praktis	92