

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ANTI PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
1.1.1 Somethinc	16
1.2 Latar Belakang.....	17
1.3 Perumusan Masalah.....	26
1.4 Pertanyaan Penelitian	27
1.5 Tujuan Penelitian.....	27
1.6 Ruang Lingkup	28
1.7 Manfaat Penelitian.....	28
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	28
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	30
2.1 Tinjauan Teori	30
2.1.1 Manajemen Pemasaran	30
2.1.2 <i>Consumer Behavior</i>	31
2.1.3 <i>Buying Decision Behavior</i>	31

2.1.4 <i>The Buyer Decision Process</i>	32
2.1.5 <i>Purchase Decision</i>	33
2.1.6 <i>Purchase Intention</i>	33
2.1.7 <i>Digital Marketing</i>	35
2.1.8 <i>Social Media Marketing</i>	36
2.1.9 <i>Media Sosial</i>	37
2.1.10 <i>Emoji</i>	38
2.1.11 <i>Positive Affect</i>	44
2.1.12 <i>Hedonic dan Utilitarian</i>	46
2.1.13 <i>Firm-Generated Content</i>	48
2.1.14 <i>Penelitian Terdahulu</i>	51
2.2 <i>Kerangka Pemikiran</i>	56
2.3 <i>Hipotesis Penelitian</i>	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
3.1 <i>Jenis Penelitian</i>	60
3.2 <i>Operasional Variabel dan Skala Pengukuran</i>	62
3.2.1 <i>Skala Pengukuran</i>	65
3.3 <i>Tahapan Penelitian</i>	68
3.4 <i>Populasi dan Sampel</i>	71
3.5 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	73
3.6 <i>Validitas dan Reabilitas</i>	74
3.6.1 <i>Uji Validitas</i>	74
3.6.2 <i>Uji Reabilitas</i>	75
3.7 <i>Teknik Analisis Data</i>	77
3.7.1 <i>Analisis Deskriptif</i>	77
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	79

3.7.3 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	79
3.7.4 Pengukuran <i>Model Outer</i>	80
3.7.5 Pengukuran <i>Model Inner</i>	81
3.7.6 Analisis Mediasi	82
3.7.7 Analisis Moderator	83
3.7.8 Uji Hipotesis	84
BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Karakteristik Responden	85
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	87
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	87
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Rentang Waktu <i>Followers</i>	88
4.2 Hasil Penelitian.....	89
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif tanpa Emoji	89
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif dengan Emoji	93
4.2.3 Analisis <i>Outer Model</i>	98
4.2.4 Analisis <i>Inner Model</i>	104
4.2.5 Uji Hipotesis	107
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
4.3.1 Perspektif Responden terhadap Konten tanpa Emoji	108
4.3.2 Perspektif Responden terhadap Konten dengan Emoji	109
4.3.3 Pembahasan Hipotesis I.....	110
4.3.4 Pembahasan Hipotesis II.....	110
4.3.5 Pembahasan Hipotesis III	111
4.3.6 Pembahasan Hipotesis IVa	112
4.3.7 Pembahasan Hipotesis IVb	113

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	130