

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.2 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	15
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Rangkuman Teori.....	17
2.1.1 Komunikasi	17
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.1.3 <i>Co-Branding</i>	20
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	22
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.6 TikTok	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2.1 Jurnal Nasional.....	27

2.2.2 Jurnal Internasional	30
2.3 Kerangka Penelitian	37
2.4 Hipotesis Penelitian	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	40
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	40
3.2.2 Skala Pengukuran	46
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder	49
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.5.1 Uji Validitas	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	52
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.6.1 Analisis Deskriptif	53
3.6.2 <i>Methods of Successive Interval (MSI)</i>	55
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	55
3.6.3.1 Uji Normalitas	55
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	55
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi	56
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.6.6 Uji Hipotesis	57
3.6.6.1 Uji Parsial (T)	57
3.6.6.2 Uji Simultan (F)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	60
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	61
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan Membaca Novel Harry Potter	62
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan Menonton Film Harry Potter	63
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel X1.....	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel X2.....	75
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Y.....	83
4.2.4 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	93
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	94
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	94
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	95
4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	96
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi.....	97
4.2.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	98
4.2.8 Uji Hipotesis	100
4.2.8.1 Uji Parsial (T)	100
4.2.8.2 Uji Simultan (F)	101
4.3 Pembahasan Penelitian	102
4.3.1 <i>Co-Branding</i>	104
4.3.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	106
4.3.3 Keputusan Pembelian.....	108
4.3.4 Pengaruh <i>Co-Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian	111
4.3.5 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian	112
4.3.5 Pengaruh <i>Co-Branding</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian	113
BAB V PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran.....	116
5.1.2 Saran Teoritis.....	116
5.1.3 Saran Praktis	116

DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	124