

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
1.5.1 Aspek Teoritis	17
1.5.2. Aspek Praktis	17
1.6. Sistematika Penelitian Tugas Akhir	18
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu.....	19
2.1.1. Pemasaran.....	19
2.1.2. Manajemen Pemasaran	19
2.1.3. Strategi Pemasaran	20
2.1.4. Strategi Bauran Pemasaran.....	21
2.1.5. <i>E-commerce</i>	22
2.1.6 <i>Content Marketing</i>	24
2.1.7 <i>Customer Engagement</i>	26
2.1.7.1 Pembelajaran	26
2.1.7.2 Berbagi	27
2.1.7.3 Mengadvokasi	27
2.1.7.4 Mensosialisasikan.....	27
2.1.7.5 Berkolaborasi Dalam Pengembangan.....	27

2.1.8. Penelitian Terdahulu.....	28
2.2. Kerangka Pemikiran	34
2.3. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4. Metode Analisis Data	43
3.4.1. Uji Validitas	43
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	44
3.4.3. Uji Asumsi Klasik	45
3.4.4. Uji Hipotesis.....	48
3.4.4.1. Persamaan Regresi Linier Berganda	48
3.4.4.2. Regresi linier sederhana	49
3.4.4.3. Koefisien Determinasi	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Analisis Demografis Responden.....	51
4.1.2. Analisis Deskriptif variabel	52
4.1.3. Analisis Deskriptif variabel <i>Customer Engagement</i>	52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4.1 Uji Normalitas	53
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.5 Uji Hipotesis.....	57
4.1.5.1 Persamaan Regresi Linier.....	57
4.1.5.2 Regresi Linier Sederhana	58
4.1.5.2 Koefisien Determinasi	59
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66