

## 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 .....	