

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Profil Perusahaan | 1 |
| 1.1.2 Logo Perusahaan..... | 2 |
| 1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan | 3 |
| 1.1.4 Struktur Organisasi | 3 |
| 1.2 Latar Belakang | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 14 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 15 |
| 1.5.1 Aspek Teoritis..... | 15 |
| 1.5.2 Aspek Praktis | 15 |
| 1.6 Waktu dan Periode Penelitian | 16 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 17 |
| 2.1.1 <i>Marketing</i> (Pemasaran)..... | 17 |
| 2.1.2 Komunikasi Pemasaran..... | 17 |
| 2.1.3 <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital) | 18 |
| 2.1.4 <i>Social Media</i> | 19 |
| 2.1.5 <i>Social Media Marketing</i> | 19 |
| 2.1.6 Brand Characteristic | 20 |
| 2.1.7 Consumer Engagement..... | 21 |
| 2.1.8 Customer Brand Relationship..... | 22 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| 2.2.1 Skripsi Terdahulu..... | 23 |
| 2.2.2 Jurnal Nasional | 29 |
| 2.2.3 Jurnal Internasional..... | 35 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 44 |
| 2.4 Hipotesis | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 46 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 46 |
| 3.2 Variabel Operasional..... | 47 |
| 3.3 Skala Pengukuran | 51 |
| 3.4 Tahapan Penelitian | 51 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 53 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas | 55 |
| a. Uji Validitas | 55 |
| b. Uji Reabilitas | 57 |
| 3.8 Teknik Analisis Data | 58 |
| 3.8.1 Analisis Data Deskriptif..... | 58 |

| | |
|--|-----------|
| 3.8.2 PLS-SEM (<i>Partial Least Square-Structural Equation Model</i>)..... | 60 |
| 3.8.3 Model Pengukuran Data (<i>Outer Model</i>) | 61 |
| 3.8.4 Pengukuran Struktual (<i>Inner Model</i>) | 64 |
| 3.9 Pengujian Hipotesis | 66 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 67 |
| 4.1 Pengumpulan Data | 67 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 67 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 68 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 68 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 69 |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan | 70 |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... | 71 |
| 4.3 Analisis Deskriptif..... | 72 |
| 4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (X) <i>Brand Characteristic</i> | 72 |
| 4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (I) <i>Consumer Engagement</i> | 77 |
| 4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (Y) <i>Customer Brand Relationship</i> | 79 |
| 4.4 Analisis Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)..... | 81 |
| 4.4.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 81 |
| 4.4.2 <i>Convergent Validity</i> | 82 |
| 4.4.3 <i>Discriminant Validity</i> | 83 |
| 4.4.4 <i>Composite Reliability</i> | 85 |
| 4.4.5 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner model</i>) | 86 |
| 4.4.6 <i>R-Square</i> | 86 |
| 4.4.7 <i>Q-Square</i> | 87 |
| 4.4.8 <i>Path Coefficients</i> | 87 |

| | |
|---|-----------|
| 4.4.9 Analisis Pengujian Hipotesis | 88 |
| 4.5 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 89 |
| 4.5.1 Analisis Deskriptif | 89 |
| 4.5.2 Analisis Hasil Uji Hipotesis..... | 90 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 92 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 92 |
| 5.2 Saran | 92 |
| 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan..... | 92 |
| 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |
| LAMPIRAN..... | 99 |