

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Media Sosial.....	12
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	14
2.1.5 Tiktok.....	15
2.1.6 <i>Brand Engagement</i>	16
2.1.7 Drama Korea	17
2.1.8 Video on Demand.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25

2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	27
3.2.1 Operasional Variabel.....	27
3.2.2 Skala Pengukuran.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2 <i>Method of Successive Internal (MSI)</i>	40
3.7 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.1 Uji Normalitas.....	41
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	41
3.8 Analisis Koefisien Korelasi.....	42
3.9 Analisis Koefisien Determinasi.....	42
3.10 Analisis Linear Sederhana.....	43
3.11 Uji Hipotesis (UJI T).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Pengumpulan Data	45
4.2 Karakteristik Responden	45
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	45
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	47
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Hasil Analisis <i>Social Media Marketing (X)</i>	49
4.3.2 Hasil Analisis <i>Brand Engagement (X)</i>	57
4.3.3 <i>Metode Successive Internal (MSI)</i>	61

4.3.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi	62
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi	63
4.3.7 Analisis Regresi Linear Sederhana	64
4.3.8 Uji Hipotesis (Uji t)	64
4.4 Pembahasan Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Teoritis	76
5.2.1 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	85