

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Praktis.....	16
1.5.2 Aspek Akademis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Teori-Teori yang Berkaitan	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	19
2.1.4 <i>Short Video Marketing</i>	20
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	26
2.1.6 Niat Beli	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Penelitian.....	37

2.4	Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian	37
2.4.1	Pengaruh <i>Emotional</i> terhadap Perilaku Konsumen	38
2.4.2	Pengaruh <i>Emotional</i> terhadap Niat Beli	38
2.4.3	Pengaruh <i>Entertaining</i> terhadap Perilaku Konsumen.....	39
2.4.4.	Pengaruh <i>Entertaining</i> terhadap Niat Beli	39
2.4.5	Pengaruh <i>Informative</i> terhadap Perilaku Konsumen.	40
2.4.6	Pengaruh <i>Informative</i> terhadap Niat Beli	40
2.4.7	Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Niat Beli	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Operasional Variabel.....	44
3.3	Tahapan Penelitian.....	50
3.4	Populasi dan Sampel.....	53
3.4.1	Populasi.....	53
3.4.2	Sampel.....	53
3.5	Sumber Data.....	54
3.5.1	Data Primer	55
3.5.2	Data Sekunder	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data	55
3.6.1	Kuesioner	55
3.6.2	Studi Pustaka	55
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.7.1	Uji Validitas.....	55
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	56
3.8	Teknik Analisis Data	56
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	56
3.8.2	Garis Kontinum	58
3.8.3	Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	59
3.8.4	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
3.8.5	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
3.9	Uji Hipotesis.....	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Karakteristik Responden	63
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	65
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2 Analisis Deskriptif.....	66
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Emotional</i>	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Entertaining</i>	67
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Informative</i>	68
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumen	70
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	71
4.3 Hasil Penelitian.....	72
4.3.1 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	72
4.3.2 Analisis <i>Outer Model</i>	73
4.3.3 Analisis Inner Model	78
4.4 Uji Hipotesis.....	81
4.5 Pembahasan Penelitian.....	83
4.5.1 Pembahasan Analisis Deskriptif.....	83
4.5.2 <i>Emotional</i> terhadap Perilaku Konsumen	86
4.5.3 <i>Emotional</i> terhadap Niat Beli.....	86
4.5.4 <i>Entertaining</i> terhadap Perilaku Konsumen	87
4.5.5 <i>Entertaining</i> terhadap Niat Beli.....	87
4.5.6 <i>Informative</i> terhadap Perilaku Konsumen.....	88
4.5.7 <i>Informative</i> terhadap Niat Beli	88
4.5.8 Perilaku Konsumen terhadap Niat Beli	89
BAB V KESIMPULAN & SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran bagi Perusahaan	91
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya	92

DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97