

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 <i>Uses and Gratifications Theory</i>	22
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	26
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	29
2.1.4 <i>Customer Engagement</i>	33
2.1.5 <i>Intention to Stream</i>	37

2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Hubungan Antar Variabel	46
2.3.1 Hubungan antara <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i>	46
2.3.2 Hubungan antara <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Customer Engagement</i>	48
2.3.3 Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> dan <i>Intention to Stream</i>	50
2.3.4 Hubungan antara <i>Customer Engagement</i> dan <i>Intention to Stream</i>	51
2.3.5 Hubungan antara <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Intention to Stream</i>	53
2.3.6 Hubungan antara <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Intention to Stream</i> melalui <i>Brand Awareness</i> dan <i>Customer Engagement</i>	55
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	56
2.5 Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	59
3.1.1 Variabel Penelitian	59
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	60
3.2 Populasi dan Sampel	64
3.2.1 Populasi	64
3.2.2 Sampel.....	64
3.3 Jenis dan Sumber Data	66
3.3.1 Data Primer	66
3.3.2 Data Sekunder	67
3.4 Metode Pengumpulan Data	67
3.4.1 Studi Literatur	68
3.4.2 Kuesioner	68
3.5 Metode Analisis Data.....	69
3.5.1 Uji Validitas	70
3.5.2 Uji Reliabilitas	72

3.5.3 Uji Hipotesis.....	73
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Objek Penelitian.....	78
4.2 Gambaran Umum Responden.....	79
4.2.1 Identitas Responden.....	79
4.4 Analisis Data.....	81
4.4.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	81
4.4.2 Analisis Full Model.....	87
4.5 Asumsi SEM.....	90
4.5.1 Evaluasi Normalitas Data.....	90
4.5.2 Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas.....	98
4.5.3 Evaluasi Nilai Residual.....	99
4.5.4 Evaluasi Reliabilitas dan Validitas.....	100
4.6 Uji Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	102
4.7 Pembahasan dan Uji Hipotesis.....	106
4.7.1 Uji Hipotesis.....	106
4.7.2 Pembahasan.....	110
BAB V PENUTUP.....	118
5.1 Simpulan.....	118
5.2 Implikasi Teoritis.....	120
5.3 Implikasi Manajerial.....	122
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	124
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	125
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	139