

## 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
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
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