

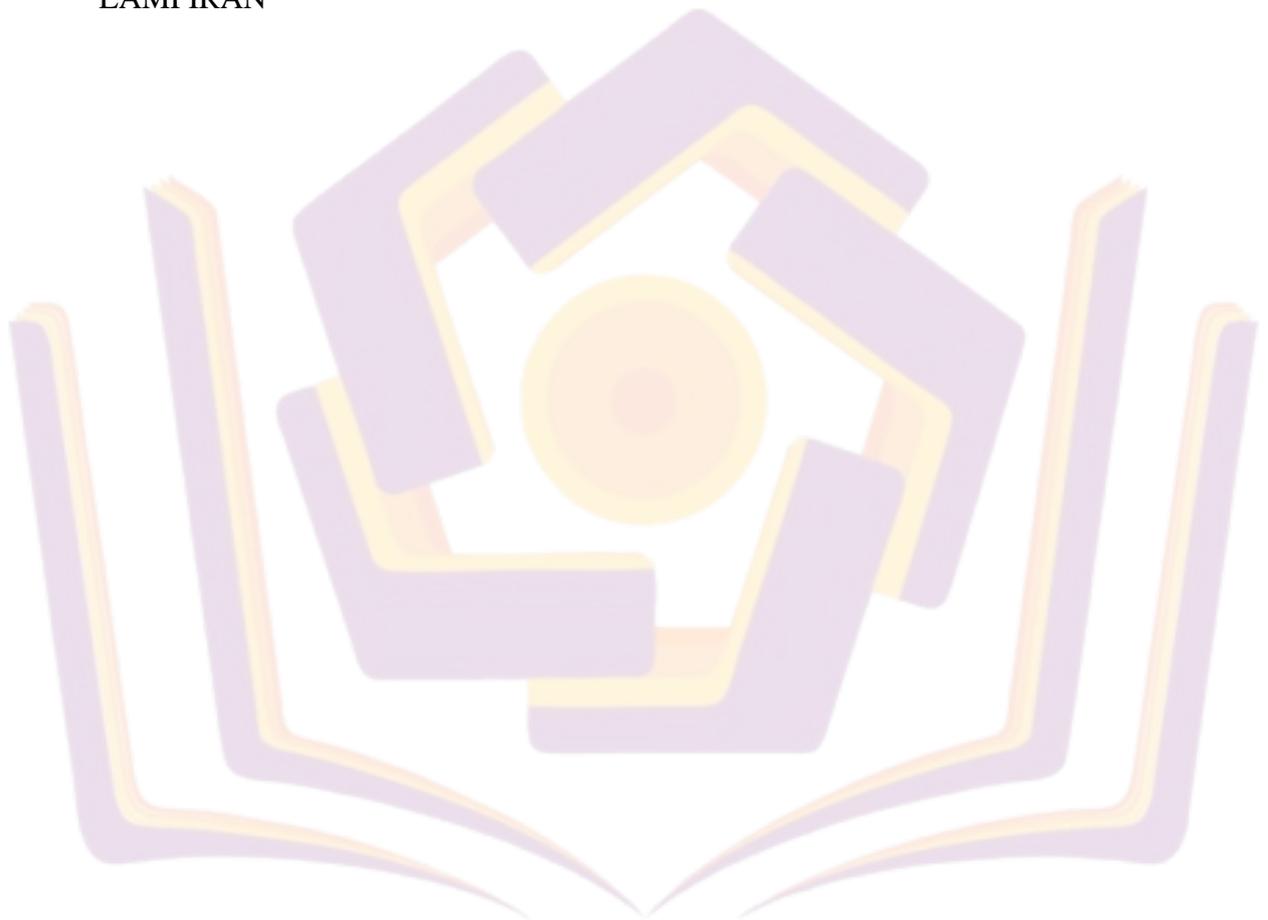
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Model dan Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	38
A. Metode Penelitian	38
B. Metode Analisis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47

A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

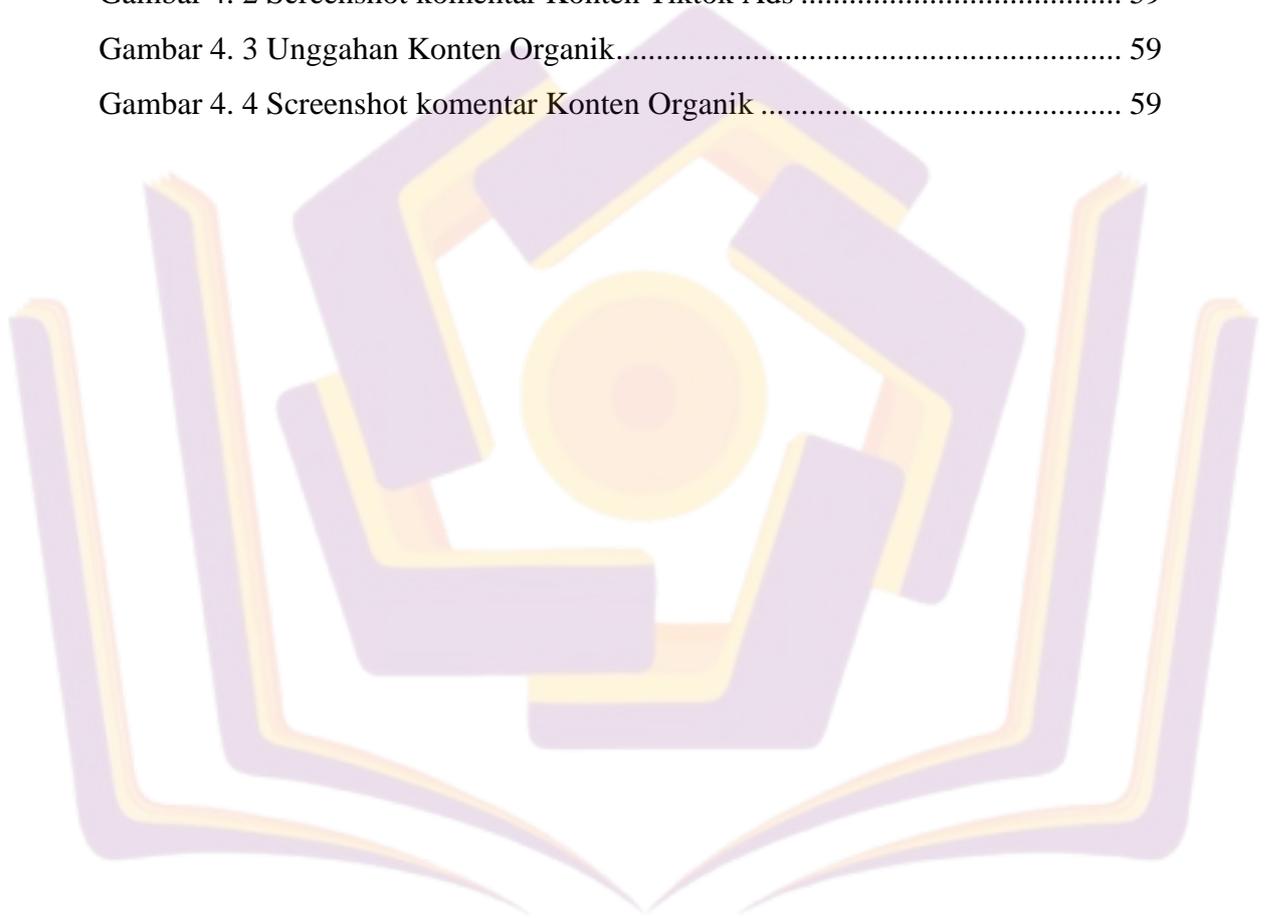


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Konten Tiktok Ads.....	5
Tabel 1. 2 Konten Organik.....	6
Tabel 2. 1 Hasil Review Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variable	43
Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data View	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Data Likes	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Data <i>Comment</i>	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas Data <i>Share</i>	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data <i>Engagement</i>	51
Tabel 4. 7 Hasil Ranks dari uji Mann–Whitney U variabel <i>views</i>	51
Tabel 4. 8 Hasil Test Statistics dari uji Mann–Whitney U variabel <i>views</i>	51
Tabel 4. 9 Hasil Ranks dari uji Mann–Whitney U variabel <i>likes</i>	52
Tabel 4. 10 Hasil Test Statistics dari uji Mann–Whitney U variabel <i>likes</i>	52
Tabel 4. 11 Hasil Ranks dari uji Mann–Whitney U variabel <i>comments</i>	53
Tabel 4. 12 Hasil Test Statistics dari uji Mann–Whitney U variabel <i>comments</i> ...	53
Tabel 4. 13 Hasil Ranks dari uji Mann–Whitney U variabel <i>share</i>	54
Tabel 4. 14 Hasil Test Statistics dari uji Mann–Whitney U variabel <i>share</i>	54
Tabel 4. 15 Hasil Ranks dari uji Mann–Whitney U variabel <i>engagement</i>	55
Tabel 4. 16 Hasil Test Statistics dari uji Mann–Whitney U variabel <i>engagement</i>	55
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks jumlah pengguna aktif aplikasi media sosial per Agustus 2025.	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 4. 1 Unggahan Konten Tiktok Ads.....	59
Gambar 4. 2 Screenshot komentar Konten Tiktok Ads	59
Gambar 4. 3 Unggahan Konten Organik.....	59
Gambar 4. 4 Screenshot komentar Konten Organik	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3. Tabel Data Analytics Konten Tiktok Harta Frorist

Lampiran 4. Dokumentasi Konten Tiktok Ads dan Organik pada akun Tiktok Harta
Florist

Lampiran 5. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas

Lampiran 7. Hasil Uji Mann-Whitney U Test

Lampiran 8. Hasil Pengujian Hipotesis

