

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.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
B. Metode Pengumpulan Data.....	33
C. Alat dan Bahan Penelitian	39
D. Konsep Penelitian	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60

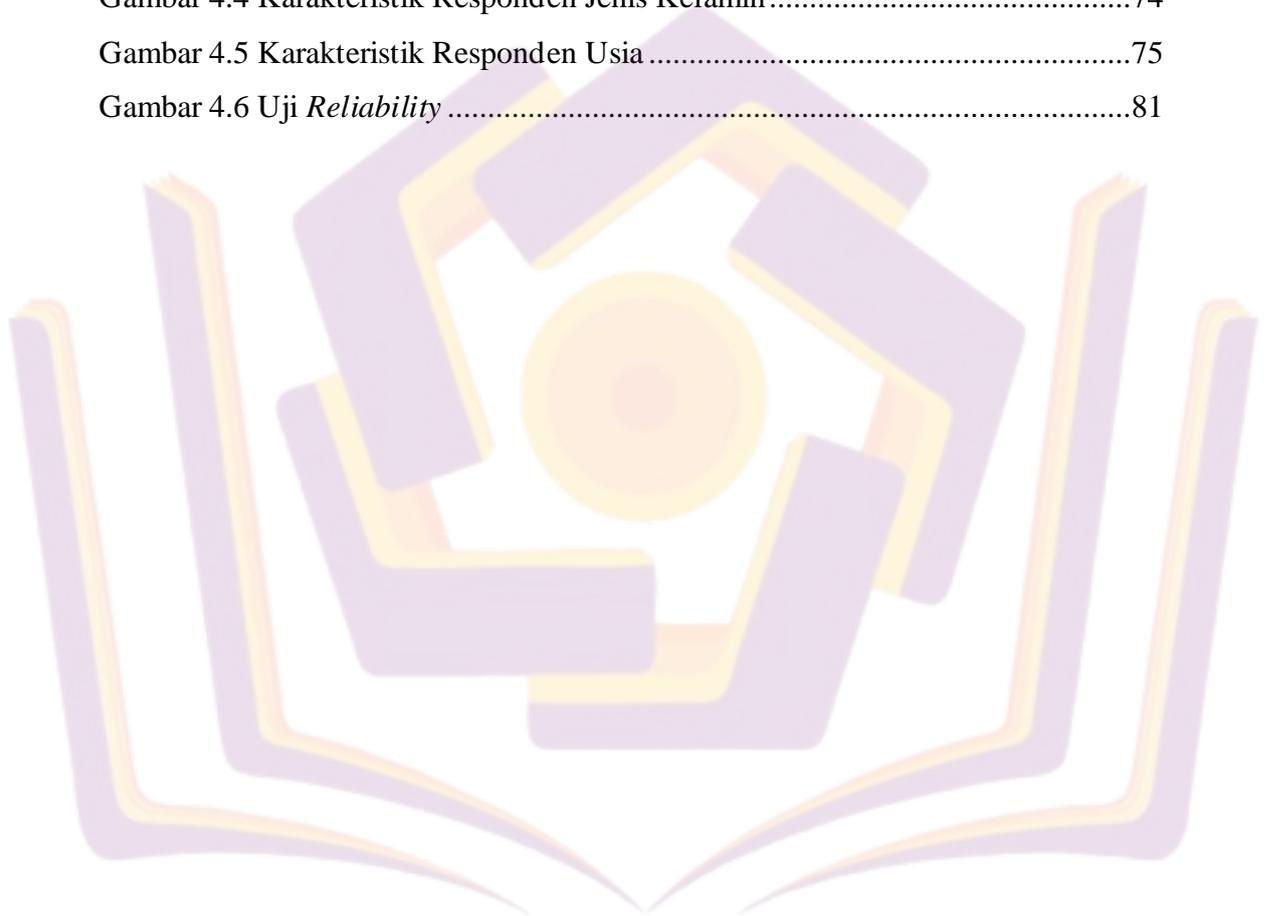
A. Observasi dan Wawancara.....	60
B. Identifikasi Masalah.....	63
C. Studi Literatur.....	64
D. Penyusunan Desain Penelitian.....	67
E. Penentuan Populasi dan Sampel.....	69
F. Penyusunan Instrumen Penelitian.....	70
G. Pengumpulan Data.....	72
H. Analisis Data.....	75
I. Hasil dan Kesimpulan.....	89
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	48
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3.3 Kriteria Skor Rata-rata	56
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi (R)	58
Tabel 4.1 Instrumen Penelitian	71
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Stimulus</i> (S)	76
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Organism</i> (O)	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Response</i> (R).....	78
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Engagement</i> (BE)	79
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	81
Tabel 4.8 Statistik Variabel <i>Stimulus</i> (S)	83
Tabel 4.9 Variabel <i>Organism</i> (O)	84
Tabel 4.10 Variabel <i>Response</i> (R).....	85
Tabel 4.11 Variabel <i>Brand Engagement</i> (BE)	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi	88
Tabel 4.13 Hasil Penilaian Kuesioner Variabel <i>Stimulus</i>	90
Tabel 4.14 Hasil Penilaian Kuesioner Variabel <i>Organism</i>	90
Tabel 4.15 Hasil Penilaian Kuesioner Variabel <i>Response</i>	90
Tabel 4.16 Hasil Penilaian Kuesioner Variabel <i>Brand Engagement</i>	91
Tabel 4.17 Nilai Total Keseluruhan Setiap Variabel	91
Tabel 4.18 Tingkat Efektivitas Skala <i>Likert</i>	92
Tabel 4.19 Tabulasi Tingkat Efektivitas Penggunaan <i>Instagram</i>	94
Tabel 4.20 Kendala pada penggunaan <i>Instagram</i>	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Konsep Penelitian	40
Gambar 4.1 Profil Akun <i>Instagram</i> L@Puerto Coffee Eatery.....	62
Gambar 4.2 Alur Teori <i>Stimulus Organism Response (SOR)</i>	67
Gambar 4.3 Screenshot Data Kuesioner Pada <i>IBM SPSS</i>	73
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	74
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Usia.....	75
Gambar 4.6 Uji <i>Reliability</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Observasi

Lampiran 5. Wawancara

Lampiran 6. Kuesioner

Lampiran 7. Data Responden

