

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b> .....	12
<b>A. Deskripsi Konseptual</b> .....	12
<b>B. Hasil Penelitian Yang Relevan</b> .....	26
<b>C. Kerangka Teoritik</b> .....	34
<b>D. Hipotesis</b> .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	37
<b>A. Tempat dan Waktu Penelitian</b> .....	37
<b>B. Metode Penelitian</b> .....	37

C.	Populasi dan Sampel.....	39
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	41
E.	Operasionalisasi Variabel .....	41
F.	Skala Pengukuran.....	44
G.	Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>52</b>
A.	Deskripsi Data.....	52
B.	Hasil Analisis Data.....	56
C.	Hasil Pengujian Hipotesis .....	76
<b>BAB V Kesimpulan, Implikasi dan Saran.....</b>		<b>80</b>
A.	Kesimpulan.....	80
B.	Implikasi .....	81
C.	Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I. 1 Keterlibatan konsumen dengan brand .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel II. 1 Dimensi <i>Social Media Marketing</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel II. 2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel III. 1 Operasional Variabel .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel III. 2 Skala Likert .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel IV. 1 Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel IV. 2 Karakteristik responden berdasarkan Tidak pernah melakukan pembelian pada Shopee .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel IV. 3 Karakteristik responden berdasarkan Pernah melihat aktifitas pemasaran Shopee pada media sosial .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel IV. 4 Domisili Responden .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel IV. 5 Tingkat Pendidikan Responden .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel IV. 6 Pekerjaan Responden .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel IV. 7 Analisis Deskriptif Variabel Entertainment .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel IV. 8 Analisis Deskriptif Variabel Interaction .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel IV. 9 Analisis Deskriptif Variabel Trendiness .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel IV. 10 Analisis Deskriptif Variabel Customization .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel IV. 11 Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel IV. 12 Analisis Deskriptif Variabel Purchase Intention .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel IV. 13 Uji Validitas .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel IV. 14 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel IV. 15 Uji Normalitas Model Penelitian .....</b>	<b>70</b>

<b>Tabel IV. 16 Hasil Uji Linearitas.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel IV. 17 Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel IV. 18 Uji Heterokedastisitas.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel IV. 19 Uji F.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel IV. 20 Hasil Uji t.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel IV. 21 Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel IV. 22 Hasil Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>76</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Data statistik digital global.....	2
Gambar I. 2 Peringkat Toko Online di Indonesia .....	7
Gambar II. 1 <i>The intersection of the three key online media types</i> .....	17
Gambar II. 2 <i>Elements in the Communication Process</i> .....	22
Gambar II. 3 Kerangka Pemikiran.....	35

