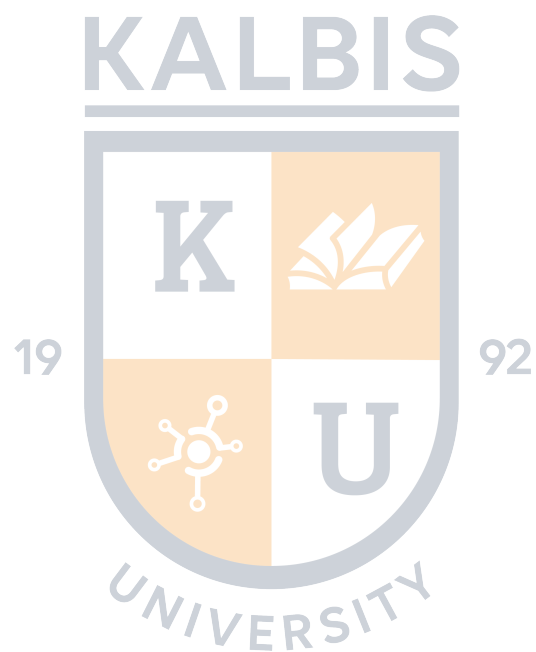


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen	13
2.2 Pemasaran	14
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Bauran Pemasaran	15
2.3 Branding	17
2.4 Personal Branding.....	17
2.5 Digital Marketing.....	20
2.6 Content Marketing.....	21
2.7 Perilaku Konsumen	22
2.8 Customer Engagement.....	24
2.9 Penelitian Terdahulu.....	27
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual Penelitian.....	33
3.2 Variabel Penelitian.....	34
3.3 Operasional Variabel Penelitian	34
3.4 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis Penelitian	38
3.4.1 Hubungan Antara Personal Branding terhadap Customer Engagement .	38
3.4.2 Hubungan Content Marketing terhadap Customer Engagement	39
3.5 Unit Analisis, Populasi dan Sampel.....	40
3.5.1 Unit Analisis	40
3.5.2 Sumber Data.....	40

3.5.3 Metode Pengumpulan Data	40
3.5.4 Populasi dan Sampel	41
3.5.5 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.6 Pre Test	43
3.6.1 Uji Validitas Pre Test	43
3.6.2 Uji Reliabilitas Pre Test	43
3.7 Main Test	43
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Main Test	44
3.8 Uji Asumsi Klasik	44
3.8.1 Uji Normalitas	44
3.8.2 Uji Multikolinearitas	44
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	45
3.9 Uji Hipotesis	45
3.9.1 Regresi Linier Berganda	45
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.9.3 Uji t	46
3.9.4 Uji F	47
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2 Hasil Uji Pre-Test	48
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas	51
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.3.1 Uji Normalitas	52
4.3.2 Uji Multikolinearitas	53
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.4 Hasil uji Main Test	55
4.4.1 Uji Validitas Main Test	55
4.4.2 Uji Reliabilitas Main Test	57
4.5 Uji Hipotesis	58
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	58
4.5.2 Uji t	59
4.5.3 Uji F	60
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.6 Analisis Hasil Uji Mean	61
4.7 Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian	64
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	66
5.2 Implikasi Manajerial	66
5.3 Keterbatasan Hasil Penelitian	67
5.4 Saran	68
5.4.1 Saran Untuk Akun TikTok Pranichia	68
5.4.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	68

DAFTAR PUSTAKA	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Kreator Penghasilan Terbesar di Dunia.....	1
Gambar 1.2 Akun Seleb TikTok Pranichia.....	4
Gambar 1.3 Alasan Tertarik dengan Seleb Tiktok.....	5
Gambar 1.4 Daftar Seleb Tiktok yang diketahui	6
Gambar 1.5 Pengenalan akan Seleb Tiktok @Pranichia.....	6
Gambar 1.6 Alasan Tertarik dengan Seleb Tiktok @Pranichia	7
Gambar 1.7 Asosiasi Akun Seleb Tiktok @Pranichia	7
Gambar 1.8 Kekurangan Akun Seleb Tiktok @Pranichia	8
Gambar 1.9 Tahap – Tahap Pengambilan Keputusan.....	23
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	33
Gambar 3.2 Hubungan Personal Branding dengan Customer Engagement	38
Gambar 3.3 Hubungan Content Marketing dengan Customer Engagement....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Konten Digital Media Sosial	3
Tabel 1.2 Seleb TikTok Perempuan Solo Travelling.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 4.1 Hasil Pre-Test Uji Validitas Personal Branding	49
Tabel 4.2 Hasil Pre-Test Uji Validitas Content Marketing.....	49
Tabel 4.3 Hasil Pre-Test Uji Validitas Customer Engagement	50
Tabel 4.4 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas P-Plot	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Nonparametric One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.9 Hasil Main Test Uji Validitas Personal Branding.....	55
Tabel 4.10 Hasil Main Test Uji Validitas Content Marketing	56
Tabel 4.11 Hasil Main Test Uji Validitas Customer Engagement.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Main Test.....	57
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji t (parsial).....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.17 Interpretasi Koefisien Mean.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Mean Variabel Personal Branding.....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Mean Variabel Content Marketing	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Mean Variabel Customer Engagement.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Lembar Kuesioner	L1
Lampiran 1.2 Data Kuesioner Responden	L4
Lampiran 1.3 Hasil Uji Penelitian	L17
Lampiran 1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	L30
Lampiran 1.5 Hasil Uji Hipotesis	L33

