

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Bagi Penulis .....	10
1.4.2 Bagi Pembaca .....	11
1.4.3 Bagi Perusahaan.....	11
1.5 Teori dan Konsep .....	11
1.5.1 Teori Retorika .....	11
1.5.2 <i>Reciprocal Action Theory</i> .....	12
1.5.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	13
1.5.4 <i>Customer Engagement</i> .....	15
1.6 Kerangka Pemikiran .....	17
1.7 Hipotesis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 <i>Social Media Marketing</i> .....	19

2.2 Instagram .....	21
2.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	22
2.4 <i>Customer Engagement</i> .....	26
2.5 <i>Korean Wave</i> .....	29
2.6 Penelitian Terdahulu.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Objek Penelitian .....	43
3.3 Subjek Penelitian .....	44
3.4 Variabel Penelitian .....	44
3.4.1 Definisi Konseptual .....	45
3.4.2 Definisi Operasional .....	46
3.5 Sumber Penelitian.....	49
3.5.1 Data Primer .....	49
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.6.1 Kuesioner .....	50
3.6.2 Studi Kepustakaan .....	50
3.7 Populasi dan Sampel .....	51
3.7.1 Populasi.....	51
3.7.2 Sampel .....	51
3.8 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
3.9.1 Uji Validitas.....	53
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.10 Teknik Analisis Data .....	57
3.10.1 Pearson Correlation ( <i>Product Moment</i> ).....	57
3.10.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
4.1 Deskripsi Perusahaan .....	59
4.2 Karakteristik Responden .....	62

4.3 Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel.....	66
4.3.1 Deskripsi Variabel X ( <i>Brand Ambassador</i> ).....	67
4.3.2 Deskripsi Variabel Y: <i>Customer Engagement</i> .....	73
4.4 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> .....	80
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....	81
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN.....	103