

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang Masalah	14
1.2 Rumusan Masalah	28
1.3 Tujuan Penelitian.....	28
1.4 Manfaat Penelitian.....	29
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	29
1.4.2 Manfaat Praktis	29
1.5 Kerangka Teori.....	30
1.5.1 <i>Trust Transfer Theory</i> (Transfer Kepercayaan)	30
1.6 Hipotesis	34
BAB II	35
TINJAUAN PUSTAKA	35
2.1 Media Sosial.....	35
2.2 Tiktok.....	37
2.3 Persepsi terhadap <i>User Generated Content</i>	40
2.3.1 Definisi Persepsi terhadap <i>User Generated Content</i>	40
2.3.2 Implementasi Persepsi terhadap <i>User Generated Content</i>	41
2.3.3 Indikator Persepsi terhadap <i>User Generated Content</i>	42
2.4 <i>Brand Image</i>	45
2.4.1 Definisi <i>Brand Image</i>	45
2.4.2 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	46

2.4.3 Indikator <i>Brand Image</i>	47
2.5 Penelitian Terdahulu	48
BAB III.....	56
METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian	56
3.2 Objek Penelitian	57
3.3 Subjek Penelitian	57
3.4 Lokasi Penelitian.....	57
3.5 Variabel Penelitian	58
3.5.1 Variabel Independen.....	58
3.5.2 Variabel Dependen.....	58
3.6 Populasi dan Sampel.....	59
3.6.1 Populasi	59
3.6.2 Sampel	59
3.7 Sumber Data	62
3.7.1 Data Primer.....	62
3.7.2 Data Sekunder.....	62
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.8.1 Kuesioner	63
3.8.2 Studi Pustaka	64
3.9 Definisi Konseptual.....	64
3.10 Definisi Operasional.....	66
3.11 Uji Instrumen.....	68
3.11.1 Uji Validitas.....	68
3.11.2 Uji Reliabilitas.....	70
3.12 Teknik Analisis Data.....	71
3.12.1 Uji Asumsi Klasik.....	71
3.12.1.1 Uji Normalitas	71
3.12.1.2 Uji Linearitas	71
3.12.1.3 Uji Korelasi	72
3.12.1.4 Uji Heteroskedastisitas.....	72
3.13 Uji Hipotesis.....	73
3.13.1 Analisis Linear Regresi Sederhana	73
3.13.2 Pengujian Hipotesis (Uji T).....	74
3.13.3 R Square (Koefisien Determinasi)	74

BAB IV	76
HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	76
4.2 Gambaran Umum Responden.....	76
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	77
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili	78
4.2.4 Karakteristik Responden Mengetahui Exsport	79
4.2.5 Karakteristik Responden Pernah Melihat User Generated Content Exsport di Tiktok	79
4.3 Hasil Penelitian dan Deskripsi Variabel	79
4.3.1 Hasil Penelitian dan Deskripsi Variabel X: Persepsi terhadap User Generated Content	80
4.3.2 Hasil Penelitian dan Deskripsi Variabel Y: Brand Image	91
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	97
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	97
4.4.2 Hasil Uji Linearitas.....	98
4.4.3 Hasil Uji Korelasi.....	98
4.4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
4.6 Hasil Uji Hipotesis	101
4.7 Hasil R Square.....	103
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	103
4.9 Relevansi dengan <i>Trust Transfer Theory</i>.....	107
BAB V.....	112
KESIMPULAN & SARAN	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117
A. Identitas Responden.....	117
B. Pertanyaan Kuesioner	117