DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1. Landasan Teori 11
2.1.1 Perilaku Konsumen (Consumer Behavior) 11
2.1.2 Model Pengambilan Keputusan Konsumen (Consumer Decision-Making Model) 12
2.1.3 Theory of Reasoned Action 14
2.1.4 Niat Pembelian (Purchase Intention) 17
2.1.5 Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing) 20
2.1.6 Fan Engagement 22
2.1.7 Fear of Missing Out (FoMO) 25
2.2 Penelitian Terdahulu 29
2.3 Pengaruh Antar Variabel 38
2.3.1 Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention 38
2.3.2 Pengaruh Fan Engagement terhadap Purchase Intention 39
2.3.3 Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Purchase Intention 41
2.4 Kerangka Konseptual 43

2.5 Hipotesis Penelitian 44

BAB III METODE PENELITIAN 46

3.1 Rancangan Penelitian 46

3.2 Obyek, Lokasi dan Waktu Penelitian 47

3.2.1 Obyek Penelitian 47

3.2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 47

3.3 Populasi 47

3.4 Sampel dan Teknik Sampling 48

3.5 Jenis Data Penelitian 50

3.6 Prosedur Pengambilan Data 51

3.7 Klasifikasi Variabel Penelitian 53

3.8 Definisi Operasional Variabel 53

3.9 Uji Instrumen dan Teknik Analisis Data 61

3.9.1 Uji instrumen 61

3.9.2 Uji Asumsi Klasik 63

3.9.3 Teknik Analisis Data 64

BAB IV 68

4.1 Analisis Deskriptif 68

4.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden 68

a. Usia 69

b. Jenis Kelamin 69

c. Pekerjaan/Status 69

4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel 71

4.2 Analisis Kuantitatif 83

4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda 83

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis 85

a. Uji T 85

b. Uji F 88

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 100

5.1 Kesimpulan 100

5.2 Saran 100

DAFTAR PUSTAKA 103

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN LEMBAR KUESIONER PENELITIAN 114

A. Screening Questions 114

B. Identitas Responden 115

C. Variabel Penelitian 117

1. Social Media Marketing (X1) 117

2. Fan Engagement 121

3. Fear of Missing Out (FoMO) 122

4. Purchase Intention 123

LAMPIRAN 2 130

A. Social Media Marketing 130

B. Fan Engagement 131

C. Fear of Missing Out 132

D. Purchase Intention 133

LAMPIRAN 3 134

A. Social Media Marketing 134

B. Fan Engagement 134

C. Fear of Missing Out 134

D. Purchase Intention 135

LAMPIRAN 4 REKAPITULASI DATA 110 RESPONDEN 136

A. Analisis Deskriptif Karakteristik 110 Responden 143

1. Usia 143

2. Jenis Kelamin 143

3. Pekerjaan/Status 144

LAMPIRAN 5 155

LAMPIRAN 6 155