

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Social Media.....	9
2.2 Social media marketing.....	10
2.3 Pengukuran Efektivitas Social media marketing	11
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Validitas.....	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Pengumpulan Data	28
4.2 Karakteristik Responden	28
4.3 Hasil Penelitian	30
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Context</i>	30

4.3.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Communication</i>	33
4.3.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Collaboration</i>	36
4.3.4	Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Connection</i>	39
4.4	Pembahasan.....	42
BAB 5	PENUTUP	47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran.....	48
	DAFTAR PUSTAKA	49
	LAMPIRAN	51