

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	8
1.6 Sistematika Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Rangkuman Teori.....	11

2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.3 Promosi Penjualan.....	13
2.1.4 Program Membership Card	14
2.1.5 Membership Card.....	16
2.1.6 Brand	17
2.1.7 Brand Engagement.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Jurnal Nasional.....	19
2.2.2 Jurnal Internasional	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	26
2.5.1 Variabel Penelitian	26
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.2.1 Operasional Variabel.....	28
3.2.2 Skala Pengukuran.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35

3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Analisis Deskriptif	41
3.6.2 Metode Successive Interval (MSI).....	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.7 Analisis Koefisien Korelasi	44
3.8 Analisis Koefisien Determinasi.....	45
3.9 Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.10 Uji Hipotesis (Uji T)	47
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
4.3 Hasil Penelitian	54
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X) Membership.....	54
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y) Brand Engagement	59
4.4 Analisis Data	68

4.4.1 Method of Successive Interval (MSI)	68
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	68
4.4.3 Analisis Korelasi	70
4.4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	71
4.4.5 Koefisien Determinasi.....	72
4.5 Uji Hipotesis.....	72
4.5.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	73
Perumusan Hipotesis.....	73
Dasar Pengambilan Keputusan	73
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.6.1 Membership	74
4.6.2 Brand Engagement.....	76
4.6.3 Pengaruh Membership Terhadap Brand Engagement.....	77
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Teoritis	80
5.2.2 Saran Praktis.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84