

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ANTI PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
1.1.1 Somethinc .....	16
1.2 Latar Belakang.....	17
1.3 Perumusan Masalah.....	26
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	27
1.5 Tujuan Penelitian.....	27
1.6 Ruang Lingkup .....	28
1.7 Manfaat Penelitian.....	28
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	28
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	30
2.1 Tinjauan Teori .....	30
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	30
2.1.2 <i>Consumer Behavior</i> .....	31
2.1.3 <i>Buying Decision Behavior</i> .....	31

2.1.4 <i>The Buyer Decision Process</i> .....	32
2.1.5 <i>Purchase Decision</i> .....	33
2.1.6 <i>Purchase Intention</i> .....	33
2.1.7 <i>Digital Marketing</i> .....	35
2.1.8 <i>Social Media Marketing</i> .....	36
2.1.9 <i>Media Sosial</i> .....	37
2.1.10 <i>Emoji</i> .....	38
2.1.11 <i>Positive Affect</i> .....	44
2.1.12 <i>Hedonic dan Utilitarian</i> .....	46
2.1.13 <i>Firm-Generated Content</i> .....	48
2.1.14 <i>Penelitian Terdahulu</i> .....	51
2.2 <i>Kerangka Pemikiran</i> .....	56
2.3 <i>Hipotesis Penelitian</i> .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>60</b>
3.1 <i>Jenis Penelitian</i> .....	60
3.2 <i>Operasional Variabel dan Skala Pengukuran</i> .....	62
3.2.1 <i>Skala Pengukuran</i> .....	65
3.3 <i>Tahapan Penelitian</i> .....	68
3.4 <i>Populasi dan Sampel</i> .....	71
3.5 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	73
3.6 <i>Validitas dan Reabilitas</i> .....	74
3.6.1 <i>Uji Validitas</i> .....	74
3.6.2 <i>Uji Reabilitas</i> .....	75
3.7 <i>Teknik Analisis Data</i> .....	77
3.7.1 <i>Analisis Deskriptif</i> .....	77
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	79

3.7.3 <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	79
3.7.4 Pengukuran <i>Model Outer</i> .....	80
3.7.5 Pengukuran <i>Model Inner</i> .....	81
3.7.6 Analisis Mediasi .....	82
3.7.7 Analisis Moderator .....	83
3.7.8 Uji Hipotesis .....	84
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>85</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	85
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	87
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	87
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Rentang Waktu <i>Followers</i> .....	88
4.2 Hasil Penelitian.....	89
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif tanpa Emoji .....	89
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif dengan Emoji .....	93
4.2.3 Analisis <i>Outer Model</i> .....	98
4.2.4 Analisis <i>Inner Model</i> .....	104
4.2.5 Uji Hipotesis .....	107
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
4.3.1 Perspektif Responden terhadap Konten tanpa Emoji .....	108
4.3.2 Perspektif Responden terhadap Konten dengan Emoji .....	109
4.3.3 Pembahasan Hipotesis I.....	110
4.3.4 Pembahasan Hipotesis II.....	110
4.3.5 Pembahasan Hipotesis III .....	111
4.3.6 Pembahasan Hipotesis IVa .....	112
4.3.7 Pembahasan Hipotesis IVb .....	113

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	117
LAMPIRAN.....	130