

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian.....	9
1.4.Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1. Teori S-O-R.....	12
2.1.2. Terpaan Media.....	13
2.1.3. Media Sosial.....	13
2.1.4. Reputasi.....	15
2.1.5. Public Relations	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Berpikir.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Operasional Variabel Skala Pengukuran	27
3.2.1. Operasional variabel.....	27
3.2.2. Skala Pengukuran	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1. Populasi.....	29
3.3.2. Sampel.....	30
3.4 Jenis Data	31
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	33
3.6.1. Uji Validitas.....	33
3.6.2. Uji Realibilitas	35
3.7 Teknik analisis data	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	37
3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana	38
3.7.3 Uji Linearitas	38
3.7.4 Uji Regresi Linear Sederhana	38
3.7.5 Uji Koefisien Korelasi	38
3.7.6 Uji Hipotesis	39
3.7.7 Uji Parsial (Uji t).....	40
3.7.8 Uji Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Karakteristik Responden	42
4.1.1. Screening statement	42
4.1.2. Profil Responden.....	43
4.1.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	43
4.1.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Total Waktu Mengakses X.....	44
4.2. Hasil Penelitian	44

4.2.1. Analisis Deskriptif	44
4.2.1.1. Analisis Deskriptif Variabel Terpaan Twit (X).....	44
4.2.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Reputasi (Y)	47
4.2.2. Uji Reliabilitas	50
4.2.3. Uji Normalitas.....	51
4.2.4. Uji Linearitas	50
4.2.5. Uji Regresi Linear Sederhana	52
4.2.6. Uji Korelasi	54
4.2.7. Uji Hipotesis	54
4.2.8.1. Uji Parsial (Uji t).....	54
4.2.8.2. Uji Koefisien Determinasi	55
4.3. Pembahasan.....	56
4.3.1. Variabel Terpaan Twit	56
4.3.2. Variabel Reputasi	57
4.3.3. Pengaruh Terpaan Twit Boikot McD karena Konflik Israel-Palestina terhadap Reputasi McDonald's Indonesia Pada Aplikasi X	58
BAB V PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran.....	62
5.2.1. Saran Teoritis	62
5.2.2. Saran Praktis.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	69