

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Asumsi dan Batasan	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
BAB III LANDASAN TEORI	13
3.1 <i>Short Video Advertising</i>	13
3.2 <i>Customer Engagement</i>	13
3.3 <i>Social Commerce</i>	14
3.4 Harga Produk	15
3.5 <i>Uses and Gratification Theory</i>	15
3.5.1 <i>Informational Content</i>	16

3.5.2	<i>Entertaining Content</i>	17
3.5.3	<i>Remunerative Content</i>	18
3.5.4	<i>Relational Content</i>	19
3.6	<i>Qualitative Content Analysis</i>	20
3.7	<i>Mediation Analysis</i>	21
3.8	<i>Moderation Analysis</i>	22
3.9	<i>Moderated Mediation Model (Conditional Mediation)</i>	23
3.10	<i>Bootstrapping Analysis</i>	24
BAB IV	METODE PENELITIAN	26
4.1	Objek Penelitian	26
4.2	Alat Penelitian	28
4.3	Desain Penelitian	29
4.3.1	Model Konseptual	29
4.3.2	Variabel Penelitian	30
4.3.3	Hipotesis Penelitian	32
4.4	Tahapan Penelitian	36
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1	Deskripsi Statistik Data Mentah	41
5.2	Uji Korelasi	44
5.3	Transformasi Data	45
5.4	<i>Moderated Mediation Regression</i>	47
5.5	Analisis Hasil	55
5.5.1	<i>Customer Engagement</i>	55
5.5.1	<i>Informational Content</i>	56
5.5.2	<i>Entertaining Content</i>	57
5.5.3	<i>Remunerative Content</i>	58
5.5.4	<i>Relational Content</i>	59
5.5.5	Moderasi Harga Produk	60
5.5.6	<i>Uses and Gratification Theory (UGT)</i>	61
5.5.7	<i>Number of Followers</i>	61
BAB VI	PENUTUP	63

6.1	Kesimpulan	63
6.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peta Penelitian	12
Tabel 3.1 <i>Informational Content Dictionary</i>	16
Tabel 3.2 <i>Entertaining Content Dictionary</i>	17
Tabel 3.3 <i>Remunerative Content Dictionary</i>	18
Tabel 3.4 <i>Relational Content Dictionary</i>	19
Tabel 4.1 Objek Penelitian	26
Tabel 4.2 Variabel Penelitian	30
Tabel 4.3 Hipotesis Penelitian	35
Tabel 5.1 Deskripsi Statistik Data Mentah	41
Tabel 5.2 Uji Normalitas Data Mentah	42
Tabel 5.3 Uji Korelasi Spearman	44
Tabel 5.4 Uji Normalitas Data Hasil Transformasi	45
Tabel 5.5 <i>Moderation Effect</i>	47
Tabel 5.6 <i>Conditional Mediation</i> pada Produk Harga Rendah (<i>low</i>)	49
Tabel 5.7 <i>Conditional Mediation</i> pada Produk Harga Tinggi (<i>high</i>)	49
Tabel 5.8 Hasil Regresi	52
Tabel 5.9 Konfirmasi Hipotesis Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Mediasi Tunggal	22
Gambar 3.2 Model Moderasi Tunggal	23
Gambar 3.3 <i>Conditional Mediation</i>	24
Gambar 4.1 Model Konseptual	29
Gambar 4.2 Alur Penelitian	40
Gambar 5.1 Histogram Data Mentah	43
Gambar 5.2 <i>Boxplot</i> Data Mentah	43
Gambar 5.3 Histogram Data Hasil Transformasi	46
Gambar 5.4 <i>Boxplot</i> Data Hasil Transformasi	46
Gambar 5.5 Grafik Moderasi	48
Gambar 5.6 Hubungan Signifikansi Antarvariabel pada Harga Rendah	53
Gambar 5.7 Hubungan Signifikansi Antarvariabel pada Harga Tinggi	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>English Stopwords</i>	76
Lampiran 2. <i>Custom Dictionary</i>	76