

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Asumsi dan Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
3.1 Batik .....	12
3.2 <i>Brand</i> .....	13
3.3 <i>Brand Awareness</i> .....	13
3.4 <i>Brand Knowledge</i> .....	15
3.5 <i>Brand Opinion</i> .....	15
3.6 <i>Customer Engagement</i> .....	15
3.7 <i>Short Video Marketing</i> .....	16
3.8 YouTube.....	16
3.9 Analisis Statistik Deskriptif.....	17

3.10 Skala Likert .....	17
3.11 Uji Normalitas .....	18
3.12 Uji Validitas Kuesioner.....	18
3.13 Uji Realibilitas Kuesioner .....	18
3.14 <i>Chi-Square Test</i> .....	19
3.15 <i>One Sample T-Test</i> .....	20
<b>BAB IV METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
4.1 Subjek dan Objek Penelitian .....	21
4.1.1 Subjek Penelitian.....	21
4.1.2 Objek Penelitian.....	21
4.2 Jenis Data yang Digunakan .....	22
4.3 Alat Penelitian .....	22
4.4 Tahapan Penelitian.....	24
4.4.1 Studi Literatur .....	25
4.4.2 Merancang Eksperimen.....	25
4.4.3 Mengumpulkan Responden.....	26
4.4.4 <i>Pilot Study</i> .....	27
4.4.5 Pengambilan Data .....	27
4.4.6 Pengolahan Data .....	28
4.4.7 Membuat Kesimpulan .....	28
4.5 Kerangka Penelitian .....	30
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
5.1 Analisis Hasil <i>Pilot Study</i> .....	31
5.1.1 Uji Normalitas Kuesioner <i>Customer Engagement</i> .....	31
5.1.2 Uji Validitas Kuesioner <i>Customer Engagement</i> .....	32
5.1.3 Uji Realibilitas Kuesioner <i>Customer Engagement</i> .....	34
5.2 Profil Responden Eksperimen .....	35
5.3 Analisis Posisi Merek Dalam Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	39
5.4 Analisis Nilai <i>Brand Knowledge</i> .....	41
5.5 Analisis Nilai <i>Brand Opinion</i> .....	42
5.6 Analisis Nilai <i>Customer Engagement</i> .....	45
5.7 Analisis Korelasi Posisi Merek dengan <i>Brand Knowledge</i> .....	46

5.8 Analisis Korelasi Posisi Merek dengan <i>Brand Opinion</i> .....	49
5.9 Analisis Perbandingan Nilai <i>Customer Engagement</i> Responden dengan Nilai <i>Customer Engagement</i> Ideal Batik Butimo .....	51
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
6.1 Kesimpulan.....	54
6.2 Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> (Sumber: Aaker, 1996).....	14
Gambar 4.1 POCO F4 .....	23
Gambar 4.2 Tampilan YouTube Shorts .....	23
Gambar 4.3 Diagram Alir Penelitian.....	29
Gambar 4.4 Kerangka Penelitian .....	30
Gambar 5.1 <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden.....	36
Gambar 5.2 <i>Pie Chart</i> Usia Responden .....	36
Gambar 5.3 <i>Pie Chart</i> Pendapatan per Bulan Responden .....	37
Gambar 5.4 <i>Pie Chart</i> Pengeluaran per Bulan Responden .....	37
Gambar 5.5 <i>Pie Chart</i> Status Pernikahan Responden.....	38
Gambar 5.6 <i>Pie Chart</i> Pendidikan Responden .....	38
Gambar 5.7 Grafik Batang Persebaran Posisi Merek Responden.....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peta Penelitian .....	11
Tabel 5.1 Hasil Uji Normalitas Pertanyaan Kuesioner <i>Customer Engagement</i> dengan Uji Shapiro-Wilk .....	32
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Terdistribusi Normal dengan Korelasi <i>Product-Moment Pearson</i> .....	33
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Terdistribusi Tidak Normal dengan Korelasi <i>Rank Spearman</i> .....	33
Tabel 5.4 Item Pertanyaan Kuesioner Akhir Eksperimen <i>Customer Engagement</i>	34
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> pada Kuesioner Awal dan Kuesioner Akhir <i>Customer Engagement</i> .....	35
Tabel 5.6 Kategori Pengukuran Posisi Merek terhadap Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	39
Tabel 5.7 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Knowledge</i> Responden.....	41
Tabel 5.8 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Opinion</i> Responden.....	43
Tabel 5.9 Analisis Statistik Deskriptif <i>Customer Engagement</i> Responden .....	45
Tabel 5.10 Pengelompokkan Nilai <i>Brand Knowledge</i> .....	47
Tabel 5.11 Tabel Kontingensi Posisi Merek dengan <i>Brand Knowledge</i> .....	47
Tabel 5.12 Pengujian <i>Fisher Exact Test</i> Posisi Merek dan <i>Brand Knowledge</i> .....	48
Tabel 5.13 Pengelompokkan Nilai <i>Brand Opinion</i> .....	49
Tabel 5.14 Tabel Kontingensi Posisi Merek dengan <i>Brand Opinion</i> .....	50
Tabel 5.15 Pengujian <i>Fisher Exact Test</i> Posisi Merek dan <i>Brand Opinion</i> .....	51
Tabel 5.16 Hasil Uji Normalitas Nilai Rata-Rata <i>Customer Engagement</i> .....	52
Tabel 5.17 Pengujian <i>One Sample T-Test</i> Nilai Ideal dengan Nilai Rata-Rata <i>Customer Engagement</i> .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Konten YouTube Shorts.....	62
Lampiran 2. Kuesioner <i>Pilot Study</i> (Studi Pendahuluan) .....	66
Lampiran 3. Kuesioner Eksperimen.....	70
Lampiran 4. Jadwal Eksperimen .....	75
Lampiran 5. Item Pertanyaan Kuesioner Vinerean dan Opreana (2015) .....	76
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas Pertanyaan Kuesioner <i>Customer Engagement</i> .....	77
Lampiran 7. Tabel Nilai <i>r Product-Moment Pearson</i> .....	78
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Terdistribusi Normal .....	79
Lampiran 9. Tabel Nilai <i>r Spearman's Rho</i> .....	80
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Terdistribusi Tidak Normal ...	81
Lampiran 11. Hasil Pengujian Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> pada Kuesioner Awal dan Kuesioner Akhir <i>Customer Engagement</i> .....	82
Lampiran 12. Rekap Jawaban Responden pada Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	82
Lampiran 13. Hasil Nilai <i>Brand Knowledge</i> Responden .....	83
Lampiran 14. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Brand Knowledge</i> .....	84
Lampiran 15. Hasil Nilai <i>Brand Opinion</i> Responden.....	85
Lampiran 16. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Brand Opinion</i> Merek .....	86
Lampiran 17. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Brand Opinion</i> Desain.....	86
Lampiran 18. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Brand Opinion</i> Konten.....	87
Lampiran 19. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Brand Opinion</i> (Total).....	87
Lampiran 20. Hasil Nilai <i>Customer Engagement</i> Responden .....	88
Lampiran 21. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Customer Engagement</i> (Total) .....	89
Lampiran 22. <i>Boxplot</i> Nilai <i>Customer Engagement</i> (Rata-Rata).....	89
Lampiran 23. Hasil Pengujian <i>Fisher Exact Test</i> Posisi Merek dengan <i>Brand Knowledge</i> .....	90
Lampiran 24. Hasil Pengujian <i>Fisher Exact Test</i> Posisi Merek dengan <i>Brand Opinion</i> (Total) .....	91
Lampiran 25. Hasil Pengisian Kuesioner <i>Customer Engagement</i> oleh Pihak <i>Management Batik Butimo</i> .....	92

Lampiran 26. Pengujian *One Sample T-Test* Nilai Ideal dengan Nilai Rata-Rata

*Customer Engagement*..... 92