

Daftar Isi

Lembar Pengesahan.....	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiasi.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel, Grafik, dan Gambar	x
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
Manfaat Akademis.....	7
Manfaat Praktis.....	7
E. Kebaruan Penelitian.....	7
F. Sistematika Pembagian BAB.....	8
BAB II.....	8
A. Kerangka Teori.....	10
1. <i>Empathy-Based Marketing</i>	10
2. <i>Brand Affection</i>	12
3. <i>Brand Exposure</i>	14
B. Kerangka Konsep.....	17
C. Kerangka Operasional.....	18
D. Operasionalisasi Konsep.....	19
E. Hipotesis.....	23
BAB III.....	24
Metodologi Penelitian.....	24
A. Paradigma dan Jenis Penelitian.....	24
B. Objek Penelitian.....	24
C. Metode Penelitian.....	24
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25

E. Teknik Pengambilan Sampling.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
H. Teknik Analisis Data.....	28
I. Limitasi Penelitian.....	29
J. Uji Asumsi Klasik.....	29
BAB IV.....	31
A. Deskripsi Responden.....	31
B. Pengalaman Responden dalam Mengakses Konten RUCAS.....	34
C. Analisis Deskriptif Rata-rata (<i>Mean</i>).....	36
D. Analisis Korelasi (<i>Pearson Correlation Test</i>).....	44
E. Analisis Regresi Linear.....	46
F. Analisis Regresi Moderasi (<i>Moderated Regression Analysis</i>).....	47
G. Analisis Tabulasi Silang (<i>Cross-Tabulation Analysis</i>).....	49
H. Ringkasan Data Temuan Penelitian.....	53
I. Pembahasan.....	55
BAB V.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	69
Daftar Pustaka.....	71
Lampiran Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran SPSS.....	80