

## DAFTAR ISI

### BAB I

#### PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Objek Penelitian .....	4
F. Kerangka Pemikiran.....	5
1. Industri <i>game</i> dan perilaku konsumsi.....	5
2. <i>Digital social proof</i> .....	7
3. Media sosial sebagai sumber informasi.....	13
4. Perilaku pasca konsumsi produk <i>game</i> .....	15
G. Kerangka Konsep.....	18
H. Operasional Konsep .....	21
I. Definisi Operasional.....	22
J. Hipotesis.....	24
K. Metodologi Penelitian .....	24
1. Metode penelitian.....	24
2. Populasi & sampel.....	25
3. Teknik pengambilan sampel.....	26
4. Teknik pengumpulan data.....	27
5. Uji validitas.....	27
6. Uji reliabilitas .....	28
7. Teknik analisis data.....	28

## **BAB II**

### **TREN DAN PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN**

A. Tren dan perilaku konsumen dalam media baru.....	31
B. Pendekatan komunikasi <i>game</i> sebagai produk konsumsi .....	38
C. Karakteristik Konsumen dalam media baru .....	41
D. Media sosial dan peningkatan minat konsumsi.....	47

## **BAB III**

### **OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah teknologi <i>augmented reality</i> dan penerapannya dalam <i>game Pokemon GO</i> .....	51
B. Fenomena Pokemon Go di Indonesia.....	53
C. Perilaku Pemain Pokemon Go di Indonesia.....	61
D. Strategi komunikasi pemasaran Pokemon Go.....	68
E. Profil responden penelitian.....	71

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. <i>Pre Test</i> .....	75
B. Deskripsi Responden.....	78
C. Analisis <i>mean</i> terhadap variabel independen dan variabel dependen.....	105
D. Analisis <i>pearson test</i> .....	117
E. Analisis regresi linier.....	123
F. Analisis <i>crosstabs</i> .....	125
G. Perilaku pasca konsumsi produk <i>game</i> Pokemon Go.....	190

## **BAB V**

### **PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	195
---------------------	-----

B. Saran.....	200
DAFTAR PUSTAKA.....	201
LAMPIRAN.....	206