

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>v</b>
<b>Ringkasan Skripsi .....</b>	<b>vi</b>
<b>Pernyataan Keaslian Skripsi.....</b>	<b>viii</b>
<b>Motto dan Persembahan .....</b>	<b>ix</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xvi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xvii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian .....	10
1.3. Pembatasan Masalah .....	11
1.4. Rumusan Masalah .....	11
1.5. Tujuan Penelitian .....	12
1.6. Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	12
1.6.2. Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1. Teori.....	14

2.1.1. Media Sosial.....	14
2.1.1.1. Konsep 4C Penggunaan Media Sosial .....	15
2.1.2. TikTok.....	17
2.1.3. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek) .....	21
2.1.3.1. Model <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	23
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan .....	26
2.3. Kerangka Pikir Penelitian .....	28
2.4. Hipotesis.....	29
2.5. Definisi Konsep dan Definisi Operasional Penelitian.....	29
2.5.1. Definisi Konsep.....	29
2.5.2. Definisi Operasional.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2. Langkah-langkah Penelitian.....	33
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
3.3.1. Lokasi Penelitian .....	35
3.3.2. Waktu Penelitian.....	36
3.4. Populasi dan Sampel .....	37
3.4.1. Populasi .....	37
3.4.2. Sampel .....	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6. Alat Pengumpulan Data .....	39
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Pengumpulan Data.....	40
3.7.1. Uji Validitas.....	40
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	40
3.8. Teknik Analisis Data .....	41
3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....	41
3.8.1.1. Uji Normalitas .....	41
3.8.1.2. Uji Linearitas .....	41
3.8.1.3. Uji Heteroskedastisitas .....	42

3.8.2. Uji Hipotesis .....	42
3.8.2.1. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	42
3.8.2.2. Uji Koefiensi Determinasi ( $r^2$ ) .....	43
3.8.2.3. Uji T .....	43
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Gambaran Umum Kumparan .....	45
4.2. Gambaran Khusus Hi!Pontianak .....	47
4.2.1. Makna Logo Hi!Pontianak .....	49
4.3. Visi dan Misi Hi!Pontianak .....	50
4.3.1. Visi Hi!Pontianak .....	50
4.3.2. Misi Hi!Pontianak .....	50
4.4. Struktur Redaksi Hi!Pontianak .....	50
4.5. Media Sosial TikTok @hipontanak .....	53
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
5.1. Deskripsi Variabel .....	56
5.1.1. Data Responden .....	57
5.1.2. Data Indikator Variabel Media Sosial (X) .....	62
5.1.2.1. Data Distribusi Frekuensi Variabel Media Sosial (X) .....	63
5.1.3. Data Indikator Variabel <i>Brand Equity</i> (Y) .....	66
5.1.3.1. Data Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Equity</i> (Y) .....	68
5.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	70
5.2.1. Uji Validitas .....	70
5.2.2. Uji Reliabilitas .....	72
5.3. Uji Asumsi Klasik .....	73
5.3.1. Uji Normalitas .....	73
5.3.2. Uji Linearitas .....	76
5.3.3. Uji Heterokadastisitas .....	77
5.4. Uji Hipotesis .....	78
5.4.1. Regresi Linear Sederhana .....	78

5.4.2. Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	80
5.4.3. Uji T .....	81
5.5. Pembahasan .....	81
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
6.1. Kesimpulan .....	89
6.2. Saran.....	90
6.3. Keterbatasan Penelitian .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>