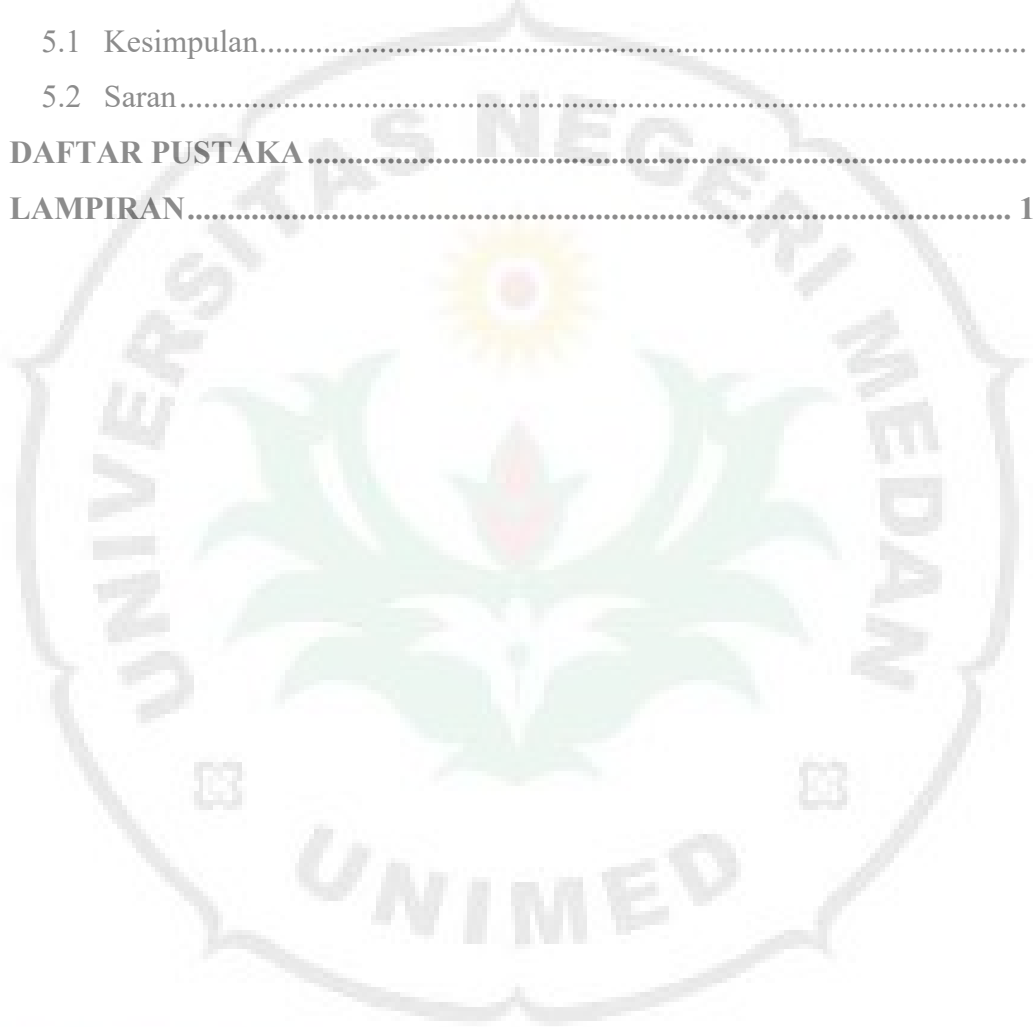


DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teoritis	11
2.1.1 <i>Content marketing</i>	11
2.1.2 <i>User Generated Content (UGC)</i>	18
2.1.3 <i>Affiliate Marketing</i>	22
2.1.4 Shopee Affiliate Program	24
2.1.5 <i>Direct Sales</i> Sebagai Strategi Pemasaran di Shopee	30
2.2 Penelitian yang Relevan	32
2.3 Kerangka Berpikir	38
2.4 Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40

3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.3	Prosedur dan Rancangan Penelitian	42
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
3.4.1	Variabel Penelitian	43
3.4.2	Definisi Operasional.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1	Kuesioner	46
3.5.2	Observasi.....	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1	Metode Suksesif Interval (MSI).....	49
3.6.2	Uji Instrumen.....	49
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.6.4	Regresi Linier Berganda.....	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4.2.1	Variabel User Generated Content	60
4.2.2	Variabel Pemanfaatan Shopee Video	62
4.2.3	Variabel Direct Sales.....	63
4.3	Uji Instrumen.....	64
4.3.1	Uji Validitas	64
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	72
4.4	Uji Asumsi Klasik	72
4.4.1	Uji Normalitas	73
4.4.2	Uji Multikolinearitas	74
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	75
4.5	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.6	Uji Hipotesis.....	77
4.6.1	Uji T	77
4.6.2	Uji F.....	79
4.7	Koefisien Determinasi.....	80

4.8 Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	109



THE
Character Building
UNIVERSITY