

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iv |
| MOTO DAN PERSEMBOLAHAN | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 29 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 30 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 30 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian | 31 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 33 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 35 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 35 |
| 2.1.1 <i>Digital Marketing</i> | 35 |
| 2.1.2 Pemasaran Media Sosial | 41 |
| 2.1.3 Kesadaran Merek | 52 |
| 2.1.4 Niat Beli..... | 59 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 65 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 78 |
| 2.3 Hubungan antar Variabel | 90 |
| 2.3.1 Hipotesis 1 | 90 |
| 2.3.2 Hipotesis 2 | 92 |
| 2.3.3 Hipotesis 3 | 93 |
| 2.3.4 Hipotesis 4 | 94 |
| 2.3.5 Hipotesis 5 | 95 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis | 96 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian..... | 97 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 99 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel | 99 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 99 |
| 3.1.2 Definisi Operasional Variabel | 101 |

| | |
|---|------------|
| 3.2 Populasi dan Sampel | 102 |
| 3.2.1 Populasi | 102 |
| 3.2.2 Sampel | 103 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 105 |
| 3.3.1 Jenis Penelitian | 105 |
| 3.3.2 Sumber Data | 105 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 106 |
| 3.4.1 Kuesioner..... | 106 |
| 3.4.2 Studi Kepustakaan | 108 |
| 3.4.3 Uji Kelayakan Kuesioner..... | 108 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 127 |
| 3.5.1 Analisis Kuantitatif..... | 128 |
| 3.5.2 Analisis Deskriptif..... | 134 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 137 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 137 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 137 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Responden..... | 138 |
| 4.2 Analisis Data | 143 |
| 4.2.1 Uji <i>Confirmation Factory Analysis</i> (CFA) | 143 |
| 4.2.2 Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> (SEM) | 152 |
| 4.2.3 Uji Hipotesis | 158 |
| 4.2.4 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> | 161 |
| 4.2.5 Analisis Deskriptif Jawaban Responden | 165 |
| 4.3 Interpretasi Hasil | 174 |
| BAB V PENUTUP..... | 185 |
| 5.1 Kesimpulan | 185 |
| 5.2 Implikasi manajerial | 188 |
| 5.3 Implikasi teoritis | 192 |
| 5.4 Keterbatasan penelitian | 194 |
| 5.5 Saran untuk penelitian selanjutnya..... | 195 |
| DAFTAR PUSTAKA | 197 |
| LAMPIRAN | 207 |