

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	18
1.4 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	20
2.1 Landasan Teori .....	20
2.1.1 SOR Teori.....	20
2.1.2 Pemasaran Media Sosial .....	21
2.1.3 Kepercayaan Merek .....	23
2.1.4 Ekuitas Merek .....	25
2.1.5 Loyalitas merek.....	28
2.2 Pengaruh Antar Variabel .....	29
2.2.1 Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Loyalitas merek .....	29
2.2.2 Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek.....	30
2.2.3 Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Ekuitas Merek.....	32
2.2.4 Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek .....	33
2.2.5 Pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas merek.....	35
2.3. Penelitian Terdahulu.....	36
2.4 Kerangka Penelitian .....	38
2.5 Hipotesis .....	38

BAB III METODE PENELITIAN .....	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	39
3.1.1 Variabel Penelitian.....	39
3.1.1.1 Variabel Bebas (Independen).....	39
3.1.1.2 Variabel Mediasi (Intervening) .....	40
3.1.1.3 Variabel Terikat (Dependen).....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel .....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.3.2 Sumber Data .....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4.1 Kuesioner .....	47
3.5 Metode Analisis Data .....	48
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	48
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	55
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	56
4.1.3 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.4 Karakter Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.1.5 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.1.6 Karakter Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	58
4.1.7 Karakter Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	59
4.2 Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	59
4.2.1 Uji Validitas .....	59
4.2.2 Uji Realibilitas .....	60
4.3 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	62
4.3.1 Konstruk Variabel Eksogen.....	63
4.3.2 Konstruk Variabel Endogen.....	64
4.4 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	65
4.4.1 Menyusun Diagram Alur (Path Diagram) .....	66
4.4.2 Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural.....	66

4.4.3 Input Matriks dan Estimasi Model .....	67
4.4.4 Interpretasi dan Modifikasi Model .....	71
4.5 Pengujian Hipotesis .....	72
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.5.1.1 Hipotesis 1: Pemasaran media sosial berpengaruh terhadap loyalitas merek pelanggan Domino's Pizza.....	73
4.5.1.2 Hipotesis 2: Pemasaran media sosial berpengaruh terhadap kepercayaan merek pelanggan Domino's Pizza.....	74
4.5.1.3 Hipotesis 3: Pemasaran media sosial berpengaruh terhadap ekuitas merek pelanggan Domino's Pizza.....	76
4.5.1.4 Hipotesis 4: Kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek pelanggan Domino's Pizza.....	78
4.5.1.5 Hipotesis 5: Ekuitas merek berpengaruh terhadap loyalitas merek pelanggan Domino's Pizza.....	79
4.5.2 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect .....	81
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Implikasi Teoritis .....	86
5.3 Implikasi Manajerial.....	87
5.4 Keterbatasan .....	88
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN.....	96
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 2: Tabulasi Data .....	100
Lampiran 3: Data AMOS .....	105