

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan	11
1.4 Sistem Penulisan Penelitian.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Promosi	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Minat Beli.....	15
2.1.3 Pemasaran Media Sosial	17
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	20

2.1.5	<i>Electronic Word of Mouth Engagement</i>	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran	26
2.4	Pengaruh antar variabel	27
BAB III.....		31
METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.1.1	Variabel Penelitian	31
3.1.2	Definisi Operasional.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.2.3	Penentuan Jumlah Sampel.....	36
3.3	Jenis berdasarkan Sumber Data.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Metode Analisis Data	40
BAB IV		48
HASIL DAN ANALISIS		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.2	Gambaran Umum Responden	49
4.2	Proses dan Analisis Data dengan SEM	52
4.2.2	Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural	54
4.2.3	Analisis Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)	59
4.2.4	Analisis Persamaan Structural Equation Modeling (SEM).....	66
4.3	Pengujian Hipotesis	69
4.3.1	H1 Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif terhadap <i>Electronic Word Of Mouth Engagement</i>	69
4.3.2	H2 Celebrity Endorser memiliki pengaruh positif terhadap Electronic Word of Mouth Engagement.	70

4.3.3 H ₃ <i>Electronic Word of Mouth Engagement</i> berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen	70
BAB V	71
PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	71
5.2 Implikasi Teoritis.....	72
5.3 Implikasi Manajerial.....	74
5.4 Keterbatasan Penelitian	77
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN A	84
LAMPIRAN B	90
LAMPIRAN C	96