

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Masalah Penelitian	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Hierarchy of Effects	14
2.2 Pengembangan Variabel.....	17
2.2.1 Promotion.....	17
2.2.2 Price Fairness	21
2.2.3 Social Media Marketing.....	25
2.2.4 Purchase Intention.....	30
2.2.5 Brand Attachment	32
2.3 Kerangka Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.1.1 Variabel Penelitian.....	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data.....	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.4.1 Kuesioner	44

3.4.2 Observasi.....	45
3.4.3 Studi Kepustakaan	45
3.5 Metode Analisis	45
3.6 Analisis Univariat.....	46
3.6.1 Analisis Multivariat	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
4.1 Deskripsi Responden.....	56
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	58
4.3 Hasil Analisis	62
4.3.1 Asumsi SEM.....	62
4.3.2 Confirmasi Factor Analysis	68
4.3.3 Analisis Full Model SEM	73
4.3.4 Full Model SEM	77
4.4 Pembahasan.....	80
4.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Brand Attachment	81
4.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Purchase Intention	82
4.4.3 Pengaruh Price Fairness terhadap Brand Attachment.....	84
4.4.4 Pengaruh Price Fairness terhadap Purchase Intention	85
4.4.5 Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Attachment	86
4.4.6 Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention	88
4.4.7 Pengaruh Brand Attachment terhadap Purchase Intention	89
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	93
5.3 Implikasi Penelitian.....	97
5.3.1 Implikasi Teoritis	97
5.3.2 Implikasi Manajerial	99
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	101
5.5 Saran Penelitian Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	110