

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	20
2.1.2.1 <i>Instagram</i>	22
2.1.3 Komunikasi Visual.....	24
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	25
2.1.5 <i>Online Word of Mouth</i>	28

2.1.6	Minat Beli Konsumen	29
2.2	Hubungan Antar Variabel	31
2.2.1	Hubungan Persepsi <i>Social Media Marketing Instagram</i> dan <i>Online Word of Mouth</i>	31
2.2.2	Hubungan Persepsi Komunikasi Visual dan <i>Online Word of Mouth</i>	32
2.2.3	Hubungan Persepsi <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Online Word of Mouth</i>	33
2.2.4	Hubungan Persepsi <i>Celebrity Endorser</i> dan Minat Beli Konsumen.....	34
2.2.5	Hubungan <i>Online Word of Mouth</i> dan Minat Beli Konsumen	34
2.3	Penelitian Terdahulu.....	35
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.5	Hipotesis.....	38
2.6	Dimensi Operasional Variabel	38
2.6.1	Indikator Persepsi <i>Social Media Marketing</i>	38
2.6.2	Indikator Persepsi Komunikasi Visual.....	39
2.6.3	Indikator Persepsi <i>Celebrity Endorser</i>	40
2.6.4	Indikator <i>Online Word of Mouth</i>	41
2.6.5	Indikator Minat Beli Konsumen.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.1.1	Variabel Penelitian	44
3.1.2	Definisi Operasional.....	45
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.2.1	Populasi.....	47
3.2.2	Sampel.....	48
3.2.3	Penentuan Jumlah Sampel.....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.3.1	Data Primer	49
3.3.2	Data Sekunder	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.5	Metode Analisis Data	51

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.2 Gambaran Umum Responden.....	62
4.2.1 Profil Responden.....	62
4.2.1.1 Profil Jenis Kelamin Responden	64
4.2.1.2 Profil Usia Responden	66
4.2.1.3 Profil Pekerjaan Responden	67
4.2.1.4 Profil Responden Penghasilan/Uang Saku per Bulan	68
4.2.2 Tanggapan Umum.....	69
4.2.2.1 Seri Adidas Originals yang Diketahui.....	69
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.3.1 Angka Indeks	70
4.3.1.1 Angka Indeks Persepsi <i>Social Media Marketing</i>	71
4.3.1.2 Angka Indeks Persepsi Komunikasi Visual	73
4.3.1.3 Angka Indeks Persepsi <i>Celebrity Endorser</i>	74
4.3.1.4 Angka Indeks <i>Online Word of Mouth</i>	76
4.3.1.5 Angka Indeks Minat Beli Konsumen.....	77
4.4 Analisis Data SEM.....	78
4.4.1 Membentuk Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>).....	79
4.4.2 Mengubah Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>) ke Dalam Persamaan	80
4.4.2.1 Persamaan Model Struktural	81
4.4.2.2 Persamaan Struktural	82
4.4.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	82
4.4.3.1. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	83
4.4.3.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	85
4.4.3.4 Full Structural Model	86
4.4.4 Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural	89
4.4.4.1 Ukuran Sampel.....	89
4.4.4.2 Normalitas	89
4.4.4.3 Evaluasi Outlier.....	90

4.4.4.4	Evaluasi Multikolinearitas	91
4.4.4.5	Uji Validitas	91
4.4.4.6	Uji Reliabilitas	92
4.4.5	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	94
4.4.6	Uji Hipotesis	95
4.5	Pembahasan	98
4.5.1	Pengaruh Persepsi <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Online Word of Mouth</i>	98
4.5.2	Pengaruh Persepsi Komunikasi Visual terhadap <i>Online Word of Mouth</i>	99
4.5.3	Pengaruh Persepsi <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Online Word of Mouth</i>	100
4.5.4	Pengaruh Persepsi <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli Konsumen	101
4.5.4	Pengaruh <i>Online Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Konsumen	102
BAB V	PENUTUP.....	104
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Implikasi Teoritis	108
5.3	Implikasi Manajerial.....	111
5.4	Keterbatasan Penelitian	113
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	114
DAFTAR PUSTAKA	115