

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Kegunaan Penelitian .....	12
1.5. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>15</b>
2.1. Landasan Teori .....	15
2.1.1. Perilaku Konsumen .....	15
2.1.2. <i>Social Media Marketing</i> .....	18
2.1.3. <i>Customer Engagement</i> .....	19
2.1.4. <i>Image Quality</i> .....	20
2.1.5. <i>Repurchase Intention</i> .....	22
2.2. Pengaruh Antar Variabel .....	24
2.2.1. Hubungan variabel <i>social media marketing</i> terhadap <i>repurchase intention</i> .....	24
2.2.2. Hubungan antara variable <i>Social media marketing</i> terhadap <i>Customer engagement</i> .....	26

2.2.3. Hubungan antara variabel <i>social media marketing</i> terhadap <i>image quality</i> .....	27
2.2.4. Hubungan antara variabel Customer engagement terhadap <i>repurchase intention</i> .....	29
2.2.5. Hubungan antara variabel <i>image quality</i> terhadap <i>repurchase intention</i> .....	30
2.3. Penelitian Terdahulu .....	31
2.4. Kerangka Pemikiran .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.2. Populasi dan Sampel.....	45
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4. Skala Pengukuran Variabel.....	46
3.5. Metode Analisis Data .....	47
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	47
3.5.2. Analisis Statistik SEM AMOS .....	47
3.5.2.1. Analisis <i>Measurement Model Fit</i> .....	49
3.5.2.2. <i>Comfirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	50
3.5.2.3. Uji Normalitas Data .....	50
3.5.2.4. <i>Multiple Regression Analysis (MRA)</i> .....	51
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1. Identitas Responden.....	52
4.1.1. Jenis Kelamin Responden .....	52
4.1.2. Berdasarkan Umur Responden.....	53
4.1.3. Berdasarkan pendapatan.....	54
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.3. Analisis Hasil Penelitian.....	56
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
4.3.1.1. Uji Validitas .....	56

4.3.1.2. Uji Reliabilitas .....	58
4.3.2. Evaluasi Nilai R Square.....	59
4.3.3. Hasil Uji Hipotesis .....	60
4.4. Pembahasan .....	63
4.4.1. <i>Customer Engagement</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	63
4.4.2. <i>Image Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	64
4.4.3. <i>Social Media Marketing</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	65
4.4.4. <i>Social Media Marketing</i> berpengaruh terhadap <i>Image Quality</i> ....	66
4.4.5. <i>Social Media Marketing</i> berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Implikasi Teori.....	70
5.3. Implikasi Manajerial.....	72
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	73
5.5. Agenda Penelitian yang akan Datang .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>