

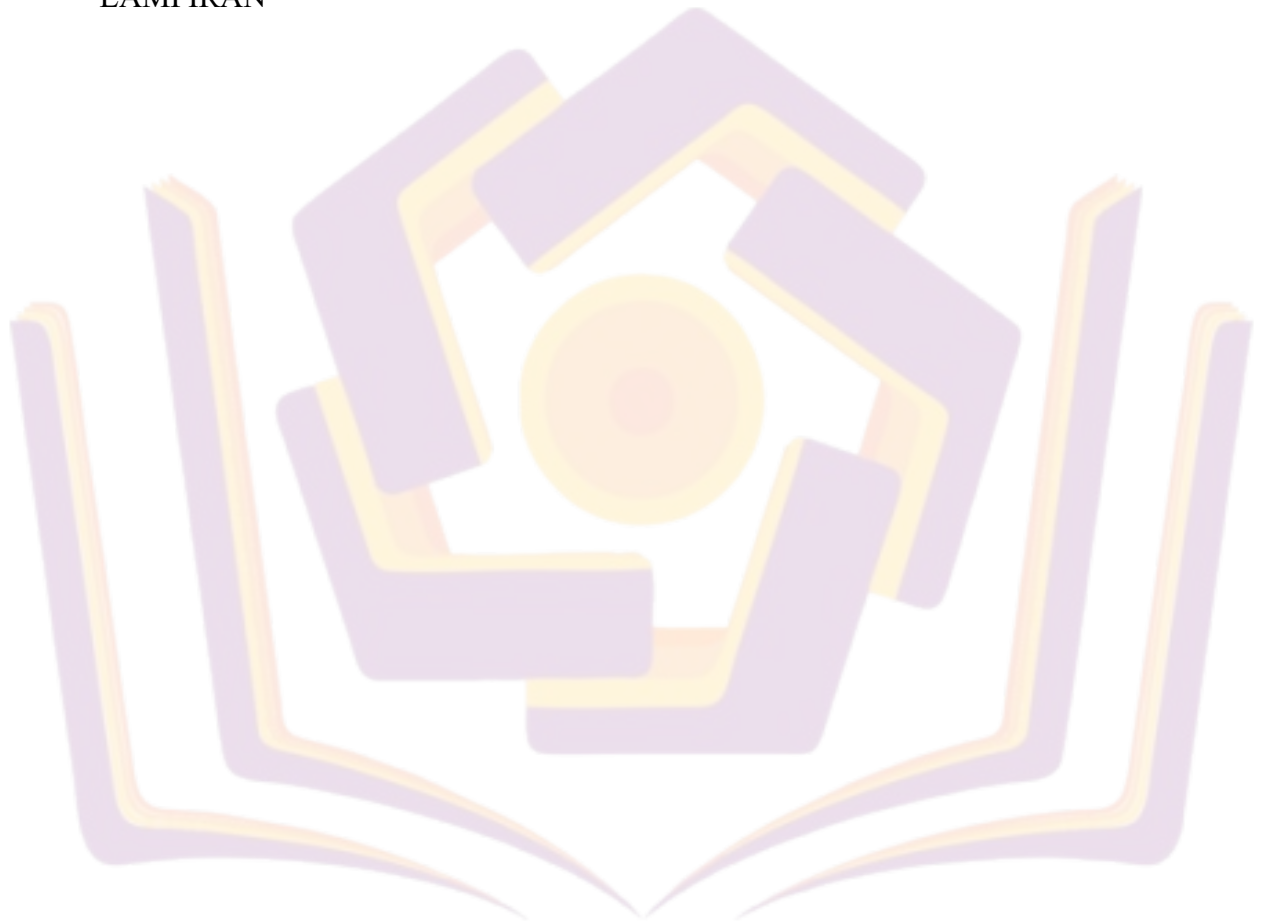
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Hipotesis Penelitian dan Model	43
BAB III. METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	52
A. Metode Penelitian	52
B. Metode Analisis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73

A. Hasil Penelitian	73
B. Pembahasan	103
BAB V PENUTUP.....	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

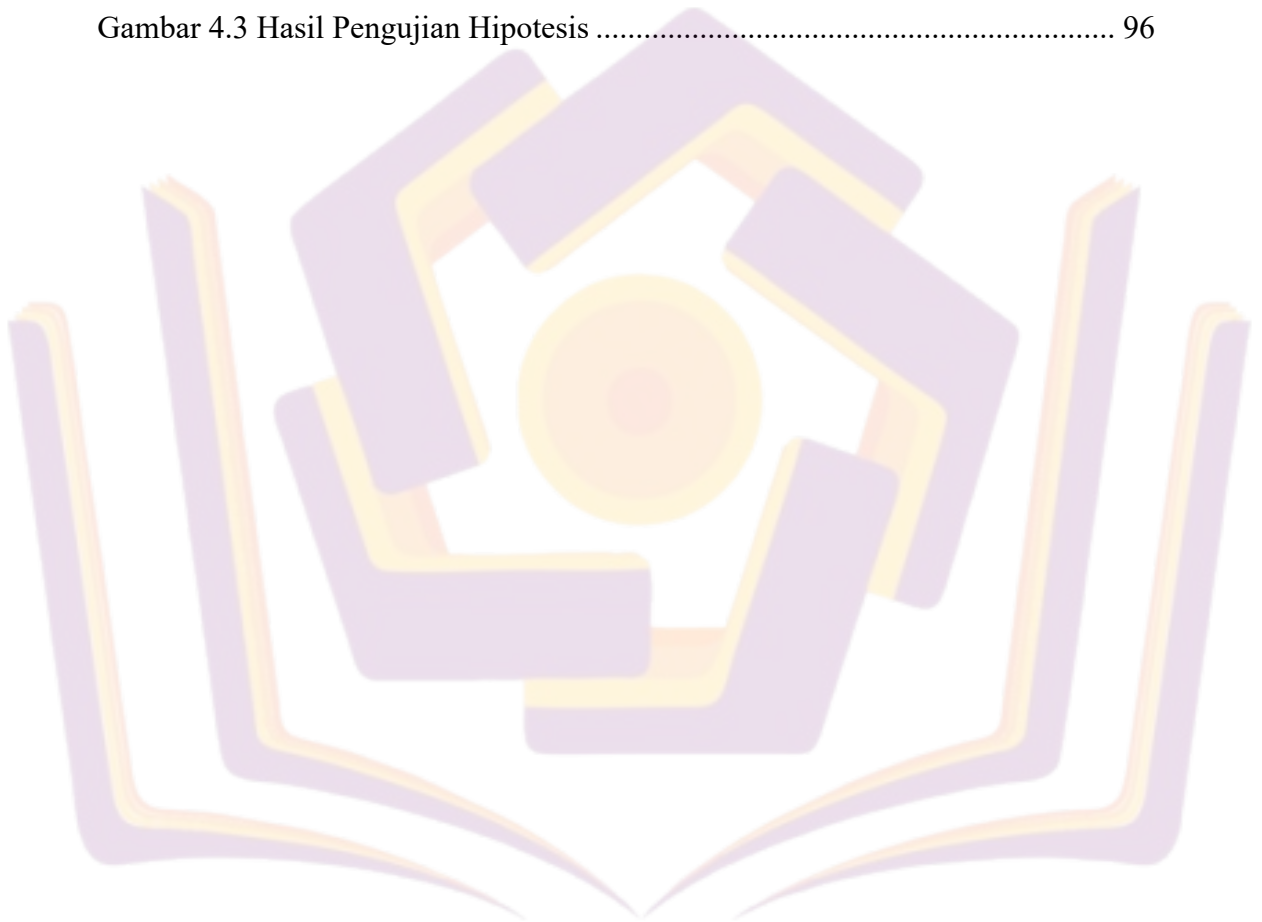


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil <i>Pra-Survei</i>	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.	39
Tabel 3.1 Bobot Skala Likert	56
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	58
Tabel 3.3 Desain Kuesioner Penelitian	61
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Kunjungan.....	73
Tabel 4.2 Berdasarkan Follow Instagram	73
Tabel 4.3 Penilaian Berdasarkan Rentang Skala.....	74
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	75
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel <i>Influencer</i> (X ₁)	76
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel E-WOM (X ₂).....	78
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Promosi <i>Online</i> (X ₃).....	79
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Kepuasan Pelanggan (Z).....	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	85
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	87
a Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	89
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	91
Tabel 4.14 Nilai R-Square.....	93
Tabel 4.15 <i>Average R-Square</i> dan <i>Average Communalities</i>	95
Tabel 4.16 Hubungan Langsung dan Tidak Langsung	97
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	99
Tabel 4.18 Hasil Uji Mediasi	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Sosial Media di Indonesia (2024).....	1
Gambar 2.1 Model Penelitian	50
Gambar 4.1 Model PLS-SEM.....	86
Gambar 4.2 Inner Model.....	93
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3. Lembar *Prasurvei*

Lampiran 4. Lembar Kuesioner

Lampiran 5. Hasil Responden

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Instrumen

Lampiran 7. Uji Reliabilitas Instrumen

Lampiran 8. Hasil Uji SmartPLS

