

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.....	10
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Model dan Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	51
A. Metode Penelitian	51
B. Metod Analisis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
A. Hasil Penelitian	70

B. Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

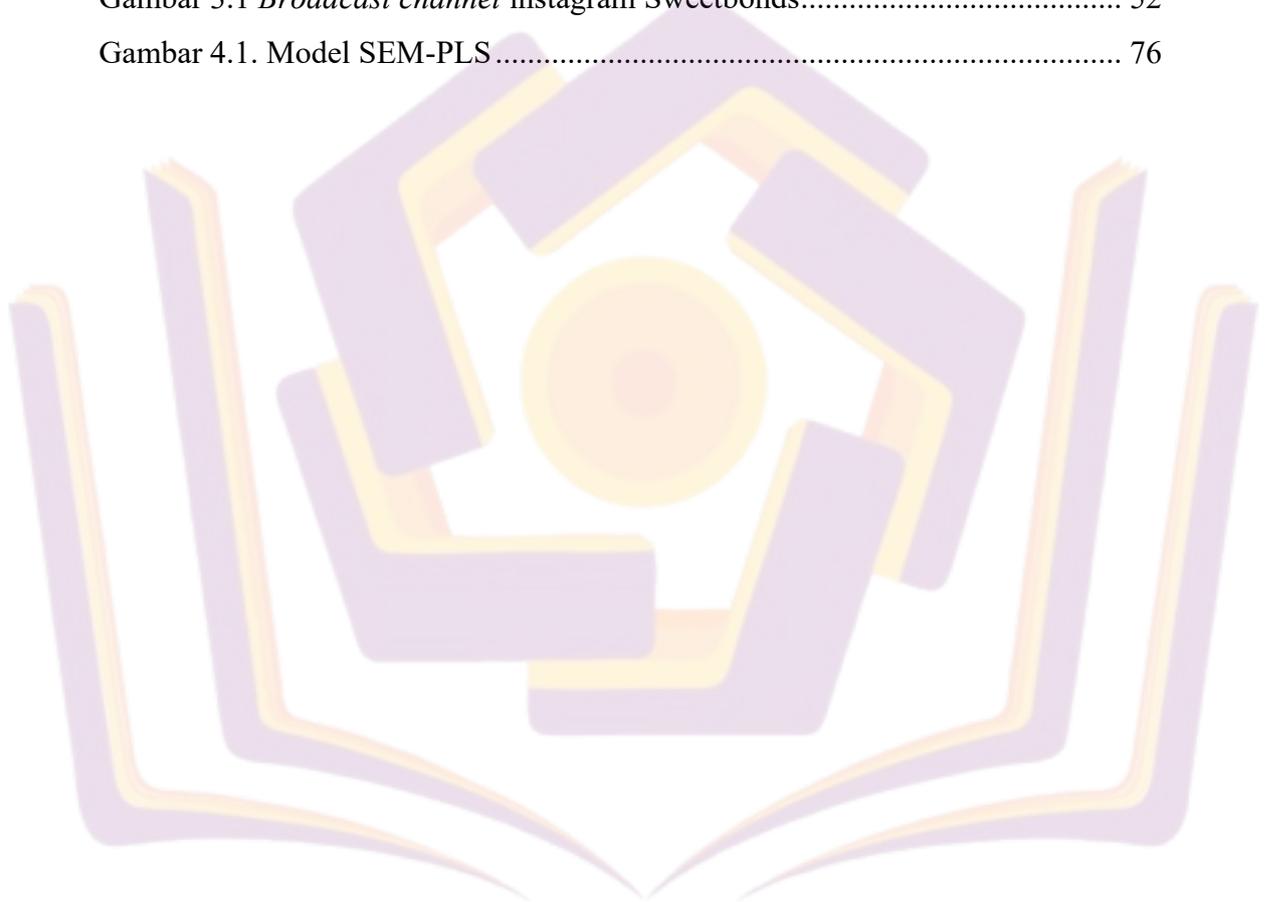


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Prasurvey</i>	4
Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Skor Skala Likert	56
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Definisi Konseptual.....	58
Tabel 3.3 Desain Keusioner	59
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Kunjungan.....	70
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan <i>Broadcast Channel</i> Instagram.....	70
Tabel 4.3 Pernilaian Berdasarkan Rentang Skala	71
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X ₁).....	73
Tabel 4.6 D eskripsi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X ₂).....	75
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Minat Beli (Z)	76
Tabel 4.8 <i>Convergent Validity</i>	78
Tabel 4.9 Validitas Diskriminan	80
Tabel 4.10 <i>Composite Reliability dan Cronbach' Alpha</i>	81
Tabel 4.11 <i>R-Square</i>	82
Tabel 4.12 <i>Average R-Square dan Average Communalities</i>	84
Tabel 4.13 Hasil Bootstrapping.....	85
Tabel 4.14 Hasil Hipotesis	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Mediasi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Self Declared Platform Use</i>	2
Gambar 1.2. Akun Instagram Sweetbonds.id	3
Gambar 1.2. Grafik Penjualan Sweetbonds.	4
Gambar 2.1. Kerangka <i>Kerja Perceived Behavior Control</i>	15
Gambar 2.2. Model Penelitian	44
Gambar 3.1 <i>Broadcast channel</i> instagram Sweetbonds.....	52
Gambar 4.1. Model SEM-PLS	76



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 3. Laporan Data Hasil Penjualan Sweetbonds
- Lampiran 4. Lembar *Prasurvey*
- Lampiran 5. Hasil *Prasurvey*
- Lampiran 6. Kuesioner
- Lampiran 7. Hasil Responden
- Lampiran 8. Hasil Uji SmartPLS

