

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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Hipotesis dan Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	42
A. Metode Penelitian	42
1. Jenis Penelitian.....	42
2. Lokasi Penelitian.....	42

3. Populasi dan Sampel.....	43
4. Sumber data	44
5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
6. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	47
7. Desain Kuesioner	48
B. Metode Analisis	49
1. Analisis Deskriptif (Rentang Skala)	49
2. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM-PLS)	49
3. Uji Measurement Model (Outer Model).....	51
4. Uji Struktural Model (Inner Model)	54
5. Pengujian Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survei <i>Social Media Marketing</i>	8
Tabel 1.2 Pra-Survei <i>Brand Awareness</i>	9
Tabel 1.3 Pra-Survei Keputusan Pembelian	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 3.2 Definisi Konseptual, Operasional dan Indikator	47
Tabel 3.3 Pernyataan Kuesioner	48
Tabel 3.4 Kriteria Uji Struktural Model	54
Tabel 4.1 Deskripsi Total Responden	56
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3 Skala Likert	57
Tabel 4.4 Data Penelitian Variabel X	57
Tabel 4.5 Data Penelitian Variabel M	58
Tabel 4.6 Data Penelitian Variabel Y	58
Tabel 4.7 <i>Convergent Validity</i>	61
Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4.9 Reliabilitas Konstruk	62
Tabel 4.10 R-Square (R^2)	63
Tabel 4.11 f-Square (f^2)	64
Tabel 4.12 Q-Square (Q^2)	66
Tabel 4.13 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	66
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung/Mediasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Akun Instagram Warmindo Atap langit	7
Gambar 1.2 Tampilan Akun Instagram Burjo Primadona	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	38
Gambar 4.1 Konseptualisasi Model	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pra Survei

Lampiran 2. Tabulasi Data Pra Survei

Lampiran 3. Kuesioner Survei

Lampiran 4. Tabulasi Data Survei

Lampiran 5. Hasil Output Pengolahan Data (SmartPLS)

Lampiran 6. Transkrip Wawancara Pra Penelitian

Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi

