

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Tinjauan terhadap Obyek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Masalah.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Kegunaan Penelitian.....	12
1.6. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. <i>Social Media</i>	14
2.1.2. <i>Social Media Marketing</i>	15
2.1.3. <i>Twitter</i>	16
2.1.4. <i>Firm-created Social Media Communication</i>	17
2.1.5. <i>User-generated Social Media Communication</i>	18
2.1.6. <i>Brand</i>	19
2.1.7. <i>Brand Equity</i>	20
2.1.8. <i>Brand Awareness</i>	20
2.1.9. <i>Brand Association</i>	22
2.1.10. <i>Perceived Quality</i>	22

2.1.11.	<i>Brand Loyalty</i>	23
2.2.	Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	25
2.3.	Ruang Lingkup Penelitian.....	29
2.4.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	29
2.4.1.	Kerangka Pemikiran.....	29
2.4.2.	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1.	Jenis Penelitian.....	35
3.2.	Operasionalisasi Variabel	35
3.3.	<i>Logical Validity</i> atau <i>Content Validity</i>	37
3.4.	Desain Kuesioner dan Skala Pengukuran	37
3.5.	<i>Readability Test</i>	38
3.6.	Pengumpulan Data Utama	39
3.6.1.	Populasi dan <i>Sample</i>	39
3.6.2.	Teknik <i>Sampling</i>	39
3.6.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7.	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1.	Karakteristik Responden.....	46
4.2.	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	49
4.2.1.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Firm Created Communication</i>	50
4.2.2.	Tanggapan Responden Mengenai <i>User Generated Communication</i>	51
4.2.3.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i>	53
4.2.4.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Quality</i>	54
4.3.	Spesifikasi Model <i>Partial Least Square</i>	55
4.4.	Pengujian <i>Outer Model</i>	56
4.5.	Pengujian <i>Inner Model</i>	59
4.6.	Pengujian Variabel Moderator <i>Age</i>	63
4.7.	Pengujian <i>Variabel</i> Moderator <i>Gender</i>	65
4.8.	Pengujian <i>Variabel</i> Moderator <i>Education</i>	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1.	Kesimpulan	70

5.2.	Saran	71
5.2.1.	Saran Untuk Perusahaan	71
5.2.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73
BIODATA PENULIS		78
LAMPIRAN 1.....		79
LAMPIRAN 2.....		82
LAMPIRAN 3.....		86