

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xivv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	19
2.1 Tinjauan Pustaka.....	19
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	21
2.4 <i>Brand</i>	23
2.5 <i>Brand Image</i>	24
2.6 <i>E-Service Quality</i>	25
2.7 Minat Beli.....	26
2.8 Hubungan antara Variabel.....	27
2.8.1 Hubungan antara <i>Social Media Marketing</i> dengan Minat Beli	27
2.8.2 Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan Minat Beli.....	27
2.8.3 Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dengan Minat Beli	28

2.9	Penelitian Terdahulu	29
2.10	Kerangka Pemikiran	37
2.11	Hipotesis Penelitian	39
2.12	Ruang Lingkup Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	41
3.2.1	Variabel Penelitian	41
3.2.2	Skala Pengukuran.....	45
3.3	Tahapan Penelitian.....	46
3.4	Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1	Populasi	47
3.4.2	Sampel	48
3.4.3	Teknik Sampling.....	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1	Data Primer.....	49
3.5.2	Data Sekunder.....	50
3.7	Teknik Analisis Data	55
3.7.1	Analisis Deskriptif	55
3.7.2	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	56
3.8	Metode Analisis Data.....	57
3.8.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	58
3.8.2	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
3.9	Uji Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden	62
4.2	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1	Analisis Deskriptif	68
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Media Marketing</i>	68
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	73
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>E-Service Quality</i>	76
4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	81
4.3	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	85

4.4	Pengujian Model <i>Structural (Outer Model)</i>	85
4.4.1	<i>Convergent Validity</i>	85
4.4.2	<i>Discriminant Validity</i>	86
4.4.3	Uji Reliabilitas	88
4.5	Pengujian Model <i>Structural (Inner Model)</i>	89
4.5.1	Evaluasi Pengukuran Struktural (<i>R-Square</i>).....	90
4.5.2	<i>Predictive Relevance</i>	90
4.5.3	Uji Hipotesis	91
4.6	Hasil Penelitian dan Pembahasan	92
4.6.1	Hasil Penelitian Analisis Deskriptif.....	92
4.6.2	Hasil Penelitian Olah Data.....	94
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran	99
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	99
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	100
	DAFTAR PUSTAKA.....	101
	LAMPIRAN	105