

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	15
1.1.1. Struktur Organisasi	16
1.1.2. Visi dan Misi.....	18
1.1.3. Program Digital Amoeba’s <i>Culture</i>	19
1.1.4. Produk Digital Amoeba	20
1.2. Latar Belakang Penelitian	24
1.3. Perumusan Masalah	38
1.4. Tujuan Penelitian	40
1.5. Manfaat Penelitian	40
1.5.1. Manfaat Teoritis	40
1.5.2. Manfaat Praktis	40
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	41
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	43

2.1. Teori Terkait.....	43
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	43
2.1.2. Strategi Pemasaran	45
2.1.3. <i>Social Media</i>	47
2.1.4. Perilaku Konsumen.....	53
2.1.5. Niat Beli Konsumen.....	56
2.2. Penelitian Terdahulu.....	58
2.2.1. Jurnal Nasional.....	58
2.2.2. Jurnal Internasional.....	62
2.3. Kerangka Penelitian.....	65
2.4. Hipotesis	65
2.4.1. Hubungan Pemasaran Jejaring Media Sosial terhadap Niat Beli Konsumen.....	66
2.4.2. Hubungan Pemasaran Jejaring Media Sosial terhadap Keterkaitan Konsumen.....	66
2.4.3. Hubungan Keterkaitan Konsumen terhadap Niat Beli Konsumen	67
2.4.4. Hubungan Pemasaran Jejaring Media Sosial terhadap Niat Beli Konsumen melalui Keterkaitan Konsumen.....	67
BAB III METODE PENELITIAN	69
3.1. Jenis Penelitian	69
3.2. Operasional Variabel	70
3.2.1. Skala Pengukuran.....	73
3.3. Tahapan Penelitian.....	74
3.4. Populasi dan Sampel	77
3.4.1. Populasi.....	77
3.4.2. Sampel.....	77

3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	78
3.5.1. Pengumpulan Data	78
3.5.2. Sumber Data.....	79
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
3.6.1. Uji Validitas	79
3.6.2. Uji Reliabilitas	81
3.7. Teknik Analisis Data	82
3.7.1. <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	82
3.7.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	83
3.7.3. Uji Hipotesis	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	89
4.1. Karakteristik Responden.....	89
4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Umur.....	89
4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	90
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	90
4.1.4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	91
4.1.5. Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Waktu yang Digunakan pada Media Sosial	92
4.2. Hasil Penelitian	93
4.2.1. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	93
4.2.2. <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	98
4.2.3. Uji Determinasi atau Analisis Variant (R^2).....	99
4.2.4. Uji Hipotesis	100
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	103
4.3.1. Pembahasan Karakteristik Responden	103
4.3.2. Pembahasan Hipotesis.....	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran.....	108
5.2.1. Aspek Praktis	108
5.2.2. Aspek Teoritis	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	116