

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Aspek Teoritis	11
1.6.2 Aspek Praktis	11
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 <i>Social Media Marketing Activity</i>	13
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	15
2.1.3 <i>Brand Image</i>	16
2.1.4 <i>e-WOM</i>	17
2.1.5 <i>Commitment</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Hipotesis	28

2.3.1 <i>Social Media Marketing Activity</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i>	28
2.3.2 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap <i>e-WOM</i>	28
2.3.4 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap <i>Commitment</i>	29
2.3.4 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> dalam memediasi pengaruh <i>Social Media Marketing Activity</i> terhadap <i>Commitment</i> dan <i>e-WOM</i>	30
2.4 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Karakteristik Penelitian.....	33
3.2 Operasional Variabel	34
3.3 Tahapan Penelitian.....	39
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi.....	39
3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	41
3.5.1 Pengumpulan Data	41
3.5.2 Sumber Data.....	42
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	43
3.6.1 Uji Validitas.....	43
3.6.2 Uji Reabilitas	44
3.6.3 Average Variance Extracted.....	45
3.6.4 Uji Kecocokan	45
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	48
3.7.2 Pemodelan Persamaan Struktuk.....	48
3.7.3 Asumsi - Asumsi yang diperlukan dalam LISREL	52
3.7.4 Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakteristik Responden.....	54
4.1.1 Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Aplikasi Blibli.com	54

4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.3 Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.4 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	57
4.1.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
4.1.6 Responden Status Saat ini.....	59
4.1.7 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	60
4.1.8 Responden Berdasarkan Media Sosial Blibli.com Yang Sering di Kunjungi.....	61
4.1.9 Responden Berdasarkan Frekuensi Yang Mengunjungi Media Sosial Blibli.com	62
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.2.2 Penilaian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	68
4.2.3 Uji Hipotesis	71
4.2.4 Pengujian Hipotesis Hubungan Langsung	72
4.2.5 Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	73
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.3.1 Uji Hipotesis 1	77
4.3.2 Uji Hipotesis 2	77
4.3.3 Uji Hipotesis 3	78
4.3.4 Uji Hipotesis 4	79
4.3.5 Uji Hipotesis 5	79
4.3.6 Uji Hipotesis 6	79
4.3.7 Uji Hipotesis 7	80
4.3.8 Uji Hipotesis 8	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
5.2.1 Saran Praktis.....	82
5.2.2 Saran Teoritis.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	88

Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner	96
Lampiran 3 Data Syntax Simplis	102
Lampiran 4 T-VALUES	103
Lampiran 5 Koefisien Jalur (<i>path coefficient</i>)	104
Lampiran 6 Covariance Matrix	105
Lampiran 7 Measurement Equations.....	106
Lampiran 8 Structural Equations.....	108
Lampiran 9 Goodness of Fit Statistics.....	109