

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Zalora Indonesia.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Zalora Indonesia	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.3 <i>E-commerce</i>	21
2.1.4 <i>Social Media</i>	21
2.1.5 <i>Social Media Marketing</i>	23
2.1.6 <i>Customer Engagement</i>	24
2.1.7 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis Penelitian	39
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	41
2.2.1 Variabel Operasional.....	41
2.2.2 Skala Pengukuran.....	47

3.3	Populasi dan Sampel	48
3.1.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1	Data Primer	49
3.4.2	Data Sekunder	49
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.5.1	Uji Validitas	50
3.5.2	Uji Reliabilitas	51
3.6	Teknis Analisis Data	52
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	52
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.3	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	55
3.6.4	<i>Path Analysis</i>	56
3.6.5	Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Pengumpulan Data	62
4.2	Karakteristik Responden	62
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	65
4.3	Hasil Penelitian.....	65
4.3.1	Analisis Deskriptif	65
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	78
4.3.3	<i>Method of Successive Internal (MSI)</i>	82
4.3.4	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	82
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.4.1	<i>Social Media Marketing</i> pada Instagram Zalora Indonesia	95
4.4.2	<i>Customer Engagement</i> pada Instagram Zalora Indonesia.....	96
4.4.3	<i>Brand Loyalty</i> pada Zalora Indonesia	97
4.4.4	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> ..	98

4.4.5	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	99
4.4.6	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	100
4.4.7	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Engagement</i>	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		110