

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang:	1
1.2 Rumusan Masalah:	6
1.3 Tujuan Penelitian:	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah:	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.2 Kepuasan Konsumen	8
2.3 Loyalitas Konsumen	9
2.4 Pemasaran Sosial Media	9
2.5 Brand Awareness	10
2.6 Customer Engagement	10
2.7 Restoran All You Can Eat / Buffet	11
2.8 Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEMPLS)	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Objek Penelitian	14
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.3 Diagram Alir Penelitian	14
3.4 Variabel Penelitian	15
3.4.1 Variabel Independen (Eksogen)	15
3.4.2 Variabel Mediasi	16
3.4.3 Variabel Dependen (Endogen)	16
3.5 Instrumen Penelitian	16
3.6 Populasi dan Sampel	19
3.6.1 Populasi	19
3.6.2 Sampel	19
3.7 Sumber Data	19
3.8 Teknik Pengumpulan Data	19
3.9 Teknik Evaluasi Model	20

3.10	Model Penelitian	24
3.11	Hipotesis Penelitian	25
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		23
4.1	Profil Restoran	23
4.2	Profil Responden	26
4.3	Hubungan brand awareness dan customer engagement dalam menciptakan loyalitas pelanggan	28
4.4	Hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap akun Instagram restoran Pachi-Pachi dengan loyalitas pelanggan	35
4.5	Perbaikan Strategi Sosial Media Pachi-Pachi untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	37
BAB 5 PENUTUP		46
5.1	Kesimpulan	46
5.2	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		53