

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.5.1. Manfaat Manajerial	12
1.5.2. Manfaat Akademik	12
1.6. Lingkup Penelitian	13
1.7. Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
2.1. <i>Social-media marketing</i> (Pemasaran melalui Media Sosial)	15
2.1.1. <i>Entertainment</i> (Hiburan)	18
2.1.2. Interaksi	19
2.1.3. <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM)	21
2.1.4. <i>Trendiness</i>	22
2.2. Kesadaran Merek	24
2.3. Citra Merek	25
2.4. Penelitian Terdahulu	27
2.4.1. Penelitian Pertama	27

2.4.2.	Penelitian Kedua	28
2.4.3.	Penelitian Ketiga	29
2.5.	Kerangka Pemikiran	31
BAB III.....		32
3.1.	Desain Penelitian	32
3.2.	Metode Pengumpulan Data	33
3.2.1.	Populasi	33
3.2.2.	Sampel.....	33
3.2.3.	Sumber Data.....	34
3.2.4.	Pengumpulan Data	34
3.3.	Instrumen Penelitian.....	35
3.3.1.	Skala Pengukuran.....	35
3.4.	Definisi Operasional.....	36
3.5.	Metode Analisis Data	39
3.5.1.	Uji Validitas	39
3.5.2.	Uji Reliabilitas	40
3.5.3.	<i>Structural Equation Modelling PLS (SEMPLS)</i>	42
BAB IV		45
4.1.	Deskripsi Data	45
4.1.1.	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	45
4.2.	Karakteristik Responden	46
4.3.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	47
4.4.	Analisis Kuantitatif.....	50
4.4.1.	Uji Validitas	50
4.4.2.	Uji Reliabilitas	52
4.5.	Analisis Uji R^2	53
4.6.	Analisis Uji Hipotesis dengan Model Struktural.....	54
4.7.1.	Pengaruh Variabel Hiburan (X1)	58
4.7.2.	Pengaruh Variabel Interaksi (X2)	60
4.7.3.	Pengaruh Electronic Word of Mouth (X3).....	61
4.7.4.	Pengaruh Variabel Trendiness (X4).....	63
4.7.5.	Pengaruh Variabel Keterikatan Pelanggan-Merek (Y1)	64

4.7.6.	Pengaruh Variabel Kesadaran Merek (Y2).....	65
4.7.7.	Pengaruh Variabel Citra Merek (Y3).....	66
4.7.8.	Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan.....	68
BAB V.....		71
5.1.	Simpulan.....	71
5.2.	Implikasi.....	72
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75
DAFTAR LAMPIRAN.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Alasan menggunakan Internet masyarakat Indonesia.....	27
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1. Penyaringan Data Penelitian	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden	46
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai AVE.....	51
Tabel 4.5. Uji Validitas Diskriminan	52
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.7. Uji Statistik R ²	54
Tabel 4.8. Uji Hipotesis	54
Tabel 4.9. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	57
Tabel 4.10. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel hiburan	60
Tabel 4.11. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel interaksi.....	61
Tabel 4.12. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel EWOM.....	63
Tabel 4.13. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel trendi	64
Tabel 4.14. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel keterikatan pelanggan-merk.....	65
Tabel 4.15. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel kesadaran merek	66
Tabel 4.16. Nilai loading factor (λ) dan t-hitung variabel kesadaran merek	67
Tabel 4.17. Uji Pengaruh Tidak Langsung	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2. Overview pengguna media sosial di Indonesia.	3
Gambar 1.3. Platform media sosial yang digunakan di Indonesia.	4
Gambar 1.4. Top 6 OIC Islamic Fintech Market Sizes 2021 (\$Bn)	5
Gambar 1.5. Marketing & Relations Funnel Ethis Indonesia	8
Gambar 1.6. Engagement Rate @ethis.co.id	9
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1. Visualisasi Uji CFA	51
Gambar 4.2. Visualisasi Nilai T-Statistics Hasil Penelitian.....	58
Gambar 4.3. Visualisasi Hasil Penelitian.....	58
Gambar 4.4. Beberapa postingan high engagement Instagram @ethis.co.id.....	59
Gambar 4.5. <i>Salah satu postingan high interaction comment Instagram @ethis.co.id</i>	61
Gambar 4.6. Salah satu wujud EWOM yang dilakukan oleh konsumen Ethis.....	62
Gambar 4.7. Salah satu wujud Orientasi Pelanggan Ethis	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner.....	81
----------------------------------	----