

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGAJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| INTISARI..... | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Restoran..... | 11 |
| 2.2 Bauran Pemasaran | 12 |
| 2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran..... | 14 |
| 2.4 Media Sosial..... | 15 |
| 2.5 Instagram dan Tiktok..... | 19 |
| 2.6 Perilaku Konsumen | 22 |
| 2.7 Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.8 SEM-PLS (<i>Structural Equation Modeling-Partial Least Squares</i>)..... | 25 |
| 2.9 Penelitian Terdahulu | 31 |
| 2.10 Model Penelitian..... | 34 |
| 2.11 Pengembangan Hipotesis..... | 35 |

| | |
|--|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 36 |
| 3.1 Objek Penelitian | 36 |
| 3.2 Waktu dan Tempat Penelitian | 36 |
| 3.3 Ruang Lingkup, Sampel, dan Populasi | 36 |
| 3.4 Pengumpulan Data | 39 |
| 3.5 Variabel Penelitian..... | 40 |
| 3.6 Pengolahan dan Analisis Data | 44 |
| 3.7 Tahapan Penelitian..... | 44 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 50 |
| 4.1 Profil Perusahaan..... | 50 |
| 4.2 Profil Responden Kuesioner Pendahuluan | 56 |
| 4.3 Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner..... | 65 |
| 4.4 Profil Responden Kuesioner Utama | 66 |
| 4.5 Analisis Data..... | 74 |
| 4.6 Analisis Jalur | 87 |
| 4.7 Rekomendasi dan Saran | 95 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 103 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 103 |
| 5.2 Saran | 104 |
| DAFTAR PUSTAKA | 105 |
| LAMPIRAN..... | 109 |