

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Pertanyaan Penelitian	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Lingkup Penelitian	18
BAB II.....	20
LANDASAN TEORI	20
2.1 Tinjauan Literatur.....	20
2.1.1 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)	20
2.1.2 Aktivitas Pemasaran Media Sosial.....	21
2.1.3 Nilai yang Dirasakan.....	25
2.1.4 Niat Pembelian.....	27
2.2 Pengembangan Hipotesis	28
2.3 Model Penelitian	32
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34

3.1	Desian Penelitian.....	34
3.2	Metode Pengumpulan Data	34
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.4	Instrumen Penelitian.....	36
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian.....	40
3.6.1	Uji Validitas.....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Metode Analisis Data	42
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	42
3.7.2	Uji Kecocokan Model	43
3.7.3	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	46
4.2	Profil Responden.....	47
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	49
4.4	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
4.5	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	60
4.6	Pengujian Hipotesis.....	64
4.7	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	67
BAB V	76
KESIMPULAN	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Implikasi Manajerial	77
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4	Saran Penelitian.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	90