

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.5.1. Model Penelitian	8
1.5.2. Objek Penelitian.....	9
1.5.3. Lokasi Penelitian.....	9
1.5.4. Waktu Penelitian	9
1.6. Kontribusi Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Pemasaran media sosial yang dirasakan	13
2.1.2. Kesadaran merek.....	14
2.1.3. Kesadaran nilai.....	14
2.1.4. Loyalitas merek.....	15

2.2 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.2.1. Hubungan antara pemasaran media sosial yang dirasakan dan loyalitas merek.....	16
2.2.2. Hubungan antara pemasaran media sosial yang dirasakan dan kesadaran merek.....	17
2.2.3. Hubungan antara kesadaran merek dan loyalitas merek.....	18
2.2.4. Hubungan antara pemasaran media sosial yang dirasakan dan kesadaran nilai	19
2.2.5. Hubungan antara kesadaran nilai dan loyalitas merek.....	19
2.2.6. Hubungan pemasaran media sosial yang dirasakan dan loyalitas merek di mediasi oleh kesadaran merek dan kesadaran nilai	20
2.3. Model Penelitian.....	21
 BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Desain Penelitian	22
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.1. Pemasaran media sosial yang dirasakan	23
3.2.2. Kesadaran merek.....	24
3.2.3. Kesadaran Nilai.....	24
3.2.4. Loyalitas Merek	25
3.3. Desain Pengambilan Sampel.....	26
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.3.2. Unit Sampel	27
3.3.3. Ukuran Sampel.....	27
3.3.4. Lokasi Penelitian.....	27
3.4. Objek Penelitian.....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6. Instrumen Penelitian	29
3.6.1. Uji pendahuluan instrumen penelitian	30
3.7. Pengujian Instrumen	31
3.7.1. Pengujian validitas	31
3.7.2. Pengujian reliabilitas.....	33
3.8. Analisis Data.....	35
3.8.1. Metode analisis data.....	35
3.8.2. Uji asumsi klasik.....	36
3.8.2.1. Uji multikolinearitas	36
3.8.3. Uji <i>goodness of fit</i>	36
3.8.4. Tingkat signifikansi	38
3.8.5. Proses pengujian hipotesis	38
3.8.6. Pengujian efek mediasi	41
 BAB IV ANALISIS DATA.....	42
4.1. Karakteristik Responden	42
4.1.1. Jenis kelamin responden	42
4.1.2. Pendidikan terakhir responden.....	42
4.1.3. Pekerjaan responden	43

4.2. Uji Instrumen pada Sampel Besar	44
4.2.1. Uji validitas	44
4.2.2. Uji reliabilitas.....	45
4.3. Uji Asumsi Klasik	46
4.3.1. Uji multikolinearitas	46
4.4. Statistik Deskriptif	47
4.5. <i>Goodness of Fit</i>	48
4.5.1. Pengujian hipotesis	52
4.5.2. Ringkasan hasil pengujian hipotesis	58
4.6. Pembahasan.....	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 65
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Keterbatasan Penelitian	66
5.3. Implikasi Manajerial	66
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	67
 DAFTAR PUSTAKA	 69
 LAMPIRAN 1.....	 71
LAMPIRAN 2.....	76
LAMPIRAN 3.....	77
LAMPIRAN 4.....	79
LAMPIRAN 5.....	80
LAMPIRAN 6.....	82
LAMPIRAN 7.....	83
LAMPIRAN 8.....	84
LAMPIRAN 9.....	87
LAMPIRAN 10.....	89