



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTI SARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	10
1.3    Pertanyaan Riset.....	11
1.4    Tujuan Riset .....	12
1.5    Lingkup Riset.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
2.1    Landasan Teori.....	14
2.1.1    Penggunaan Media Sosial .....	14
2.1.2    Kesadaran Merek.....	15
2.1.3    Citra Kognitif .....	16
2.1.4    Citra Afektif .....	17
2.1.5    Kualitas Merek .....	18
2.1.6    Nilai Konsumen.....	19
2.1.7    Getok Tular Luring.....	20
2.1.8    Getok Tular Daring .....	20
2.2    Pengembangan Hipotesis .....	21
2.2.1    Pengaruh penggunaan media sosial pada kesadaran merek .....	21
2.2.2    Pengaruh kesadaran merek pada citra kognitif.....	23
2.2.3    Pengaruh kesadaran merek pada citra afektif.....	24



3.4	Profil Responden.....	49
3.5	Obyek Penelitian.....	52
3.6	Metode Pengumpulan Riset.....	54
3.7	Instrumen Riset.....	54
3.8	Pengujian Instrumen.....	55
3.8.1	Uji Validitas.....	55
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	58
3.9	Metode Analisis Data.....	59
3.9.1	Analisis Regresi.....	59
3.9.2	Goodness of Fit dan Tingkat Signifikansi.....	60
3.9.3	Pengujian Hipotesis.....	64
3.9.3.1	Model Persamaan Regresi.....	64
3.9.3.2	Asumsi Klasik.....	67
1.	Uji Multikolinieritas.....	67
2.	Uji Normalitas.....	67
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>		<b>69</b>
4.1	Kualitas Data Penelitian.....	69
4.1.1	Uji Normalitas.....	69
4.1.2	Uji Multikolinearitas.....	70
4.1.3	Statistik Deskriptif.....	71
4.1.4	Matriks Korelasi Antar Variabel.....	73
4.2	Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit Model).....	74
4.2.1	Model Regresi 1.....	74
4.2.2	Model Regresi 2.....	75
4.2.3	Model Regresi 3.....	75
4.2.4	Model Regresi 4.....	77
4.2.5	Model Regresi 5.....	78
4.2.6	Model Regresi 6.....	79
4.2.7	Model Regresi 7.....	81
4.3	Pengujian Hipotesis.....	83
4.3.1	Temuan Hipotesis Pertama.....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Hotel Berbintang dan Jumlah Kamar di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Empat Media Sosial di Indonesia versi Alexa.com .....	3
Tabel 3.1 Profil Responden.....	50
Tabel 3.2 Barleet's dan KMO of Sampling Adequacy .....	57
Tabel 3.3 Hasil Pengukuran <i>Loading Factor</i> .....	57
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas .....	58
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	69
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas Data dengan Variabel Dependen Citra Afektif.....	70
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas Data dengan Variabel Dependen Getok Tular Daring .....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas Data dengan Variabel Dependen Getok Tular Luring .....	71
Tabel 4.5 Perhitungan Statistik Deskriptif Data .....	72
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Korelasi <i>Pearson</i> .....	73
Tabel 4.7 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 1 .....	74
Tabel 4.8 Koefisien Regresi 1 .....	74
Tabel 4.9 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 2.....	75
Tabel 4.10 Koefisien Regresi 2.....	75
Tabel 4.11 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 3.....	76
Tabel 4.12 Koefisien Regresi 3.....	76
Tabel 4.13 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Citra Afektif .....	77
Tabel 4.14 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 4.....	77
Tabel 4.15 Koefisien Regresi 4.....	78
Tabel 4.16 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 5.....	78
Tabel 4.17 Koefisien Regresi 5.....	79
Tabel 4.18 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 6.....	79
Tabel 4.19 Koefisien Regresi 6.....	80
Tabel 4.20 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Getok Tular Luring .....	81
Tabel 4.21 Ringkasan Uji Ketepatan Model Regresi 7.....	81
Tabel 4.22 Koefisien Regresi 7.....	82
Tabel 4.21 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Getok Tular Daring .....	83
Tabel 4.22 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	103



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	131
Lampiran 2: Hasil Analisis Data.....	137
1. Uji Validitas .....	137
Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i> Pretest .....	137
2. Uji Reliabilitas.....	138
a. Penggunaa Media Sosial.....	138
b. Kesadaran Merek.....	138
c. Citra Kognitif.....	139
d. Citra Afektif.....	139
e. Kualitas Merek .....	140
f. Nilai Konsumen.....	141
g. Getok Tular Luring.....	141
h. Getok Tular Daring.....	142
3. Uji Normalitas .....	142
4. Statistik Deskriptif.....	143
5. Matriks Korelasi Pearson .....	143
6. Regresi Ketepatan Model .....	144
a. Regresi sederhana antara Penggunaan media sosial dan kesadaran merek .....	144
b. Regresi sederhana antara Kesadaran Merek dan Citra Kognitif.....	145
c. Regresi berganda antara Kesadaran Merek, Citra Kognitif terhadap Citra Afektif.....	145
d. Regresi sederhana antara Kesadaran Merek dan Kualitas Merek .....	146
f. Regresi berganda antara Kesadaran Merek, Citra Kognitif, Citra Afektif, Kualitas Merek, dan Nilai Konsumen terhadap Getok Tular Luring .....	147
g. Regresi berganda antara Kesadaran Merek, Citra Kognitif, Citra Afektif, Kualitas Merek, dan Nilai Konsumen terhadap Getok Tular Daring.....	148