



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvii
INTISARI.....	xxi
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB 1.....	23
1.1 Latar Belakang.....	23
1.2 Perumusan Masalah.....	32
1.3 Pertanyaan Riset	34
1.4 Tujuan Riset.....	35
1.5 Lingkup Riset	35
BAB 2.....	37
2.1 Pemasaran media sosial	37
2.2 Loyalitas Merek.....	38
2.3 Kesadaran Merek.....	41
2.4 Kesadaran Nilai	42
2.5 Hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial yang dipersepsikan dan loyalitas merek.....	44
2.6 Hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial yang dipersepsikan dan kesadaran merek	45
2.7 Hubungan antara kesadaran merek dan loyalitas merek	47
2.8 Hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial yang dipersepsikan dan kesadaran nilai	48



2.9 Hubungan antara kesadaran nilai dan loyalitas merek	49
2.10 Hubungan antara kesadaran merek akan memediasi hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial yang dipersepsikan dan loyalitas merek.....	50
2.11 Hubungan antara kesadaran nilai akan memediasi hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial yang dipersepsikan dan loyalitas merek.	51
2.12 Model Riset.....	53
BAB 3.....	54
3.1 Strategi Riset.....	54
3.2 Definisi Operasional & Pengukuran.....	54
3.2.1 Aktivitas pemasaran media sosial.....	54
3.2.2 Kesadaran Merek	55
3.2.3 Kesadaran Nilai.....	56
3.2.4 Loyalitas Merek	56
3.3 Desain Pengambilan Sampel	57
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	57
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	58
3.3.3 Ukuran Sampel.....	59
3.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner.....	59
3.4 Profil Responden	60
3.5 Objek Penelitian	63
3.6 Metode Pengumpulan Data	66
3.7 Instrumen Riset.....	67
3.8 Pengujian Instrumen	68
3.8.1 Uji Validitas	68
3.8.2 Uji Reliabilitas	70
3.9 Metode Analisis Data	71
3.9.1 Uji Normalitas.....	72
3.9.2 Uji Outlier	72
3.9.3 <i>Goodness of Fit Measurement</i>	72



3.9.4 Tingkat Signifikansi.....	76
3.9.5 Uji Hipotesis	77
BAB 4.....	78
4.1 Kualitas Data Penelitian	78
4.1.1 Analisis Model Persamaan Struktural.....	78
4.1.2 Statistik Deskriptif	81
4.1.3 Matrik Korelasi antar Variabel	82
Sumber: Data Primer (2019)	83
4.2 Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>).....	84
4.2.1 <i>Absolute Fit Indices</i>	84
4.2.2 <i>Incremental Fit Indices</i>	86
4.2.3 <i>Parsimony Fit Indices</i>	87
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	88
4.4 Pengujian Hipotesis	89
BAB 5.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Implikasi Manajerial.....	107
5.3 Keterbatasan Riset	110
5.4 Arah Riset Mendatang	111
Daftar Pustaka	112
Lampiran	107