

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Pertanyaan Riset	14
1.4 Tujuan Riset.....	15
1.5 Lingkup Riset	15
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Kegiatan Pemasaran Media Sosial (KPMS).....	17
2.1.1 Interaktivitas (Interactivity).....	19
2.1.2 Keinformatifan (Informativeness)	21
2.1.3 Getok Tular (Word of Mouth)	22
2.1.4 Personalisasi (Personalization)	24
2.1.5 Ketrendian (Trendiness)	25
2.2 Ekuitas Nilai	27
2.3 Ekuitas Merek.....	29
2.4 Ekuitas Hubungan	30
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	31
2.6 Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial Pada Ekuitas Nilai	33
2.7 Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial Pada Ekuitas Merek	36

2.8	Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial Pada Ekuitas Hubungan	38
2.9	Pengaruh Ekuitas Nilai pada Loyalitas Pelanggan	41
2.10	Pengaruh Ekuitas Merek pada Loyalitas Pelanggan	44
2.11	Pengaruh Ekuitas Hubungan pada Loyalitas Pelanggan	47
2.12	Model Riset	50
BAB III		52
METODE PENELITIAN		52
3.1	Strategi Riset	52
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	52
3.2.1	Kegiatan pemasaran media sosial (KPMS)	53
3.2.2	Ekuitas Nilai (EN)	55
3.2.3	Ekuitas Merek (EM)	55
3.2.4	Ekuitas Hubungan (EH)	56
3.2.5	Loyalitas Pelanggan (LP)	56
3.3	Skala Pengukuran	57
3.4	Desain Pengambilan Sampel	57
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel	57
3.4.2	Populasi dan Unit Sampel	58
3.4.3	Ukuran Sampel	59
3.5	Daerah Sebaran Kuesioner	60
3.6	Skema Penyebaran Kuesioner	60
3.7	Profil Responden	60
3.8	Objek Riset	63
3.9	Metode Pengambilan Data	79
3.10	Instrumen Riset	79
3.11	Pengujian Instrumen	80
3.11.1	Uji Validitas	80
3.11.2	Uji Reliabilitas	84
3.12	Metode Analisis Data	85
3.12.1	Uji Normalitas	88
3.12.2	Uji Outlier	88
3.12.3	Uji <i>Goodness of Fit</i>	89
3.12.4	Tingkat Signifikansi	91
3.12.5	Uji Hipotesis	92

BAB 4	93
ANALISIS DATA	93
4.1 Kualitas data Penelitian	93
4.1.1 Analisis Model Persamaan Struktural	93
4.1.1.1 Normalitas	94
4.1.1.2 Outlier	95
4.1.2 Statistik Deskriptif	97
4.1.3 Matrik Korelasi antar Variabel	98
4.2 Uji Ketetapan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	99
4.2.1 <i>Absolute Fit Indices</i>	100
4.2.2 <i>Incremental Fit Indices</i>	101
4.2.3 <i>Parsimonious Fit Indices</i>	102
4.3 Pengujian Hipotesis	103
4.3.1 Pengujian Hipotesis Pertama	103
4.3.2 Pengujian Hipotesis Kedua	106
4.3.3 Pengujian Hipotesis Ketiga	110
4.3.4 Pengujian Hipotesis Keempat	113
4.3.5 Pengujian Hipotesis Kelima	117
4.3.6 Pengujian Hipotesis Keenam	120
4.4 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	123
BAB 5	127
KESIMPULAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Implikasi Manajerial	131
5.3 Keterbatasan Riset	133
5.4 Arahan Riset Mendatang	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	141