

Daftar Isi

Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Intisari.....	xi
Abstract.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Riset.....	10
1.4. Tujuan Riset.....	11
1.5. Lingkup Riset.....	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI DAN PENGAMBILAN HIPOTESIS.....	13
2.1. Media Komunikasi Tradisional	13
2.2. Media Komunikasi Sosial Perusahaan	14
2.3. Media Komunikasi Sosial Pengguna	15
2.4. Kesadaran Merk.....	17
2.5. Citra Merk Fungsional	18
2.6. Citra Merk Hedonik.....	19
2.7. Sikap Merk.....	21
2.8. Niat Pembelian.....	22
2.9. Hubungan antara Media Tradisional dengan Kesadaran dan Citra Merk..	24
2.10. Hubungan antara Media Sosial Perusahaan dengan Kesadaran dan Citra Merk	26
2.11. Hubungan antara Media Sosial Pengguna dengan Kesadaran dan Citra Merk	27
2.12. Hubungan antara Kesadaran dan Citra Merk terhadap Sikap Merk.....	29

2.13.	Hubungan antara Sikap Merk dengan Niat Pembelian	30
2.14.	Model Riset	31
BAB III.....		33
METODE RISET.....		33
3.1.	Strategi Riset.....	33
3.2.	Definisi Operasional & Pengukuran.....	33
3.2.1.	Media Komunikasi Tradisional	34
3.2.2.	Media Komunikasi Sosial Perusahaan.....	34
3.2.3.	Media Komunikasi Sosial Pengguna	35
3.2.4.	Kesadaran Merk.....	36
3.2.5.	Citra Merk Fungsional.....	37
3.2.6.	Citra Merk Hedonik.....	37
3.2.7.	Sikap Merk.....	38
3.2.8.	Niat Pembelian.....	38
3.3.	Desain Pengambilan Sampel	39
3.4.	Profil Responden	40
3.4.	Obyek Riset.....	42
3.5.	Metode Pengumpulan Data	46
3.6.	Instrumen Riset	47
3.7.	Pengujian Instrumen.....	49
3.8.	Metode Analisis Data	53
3.8.1.	Konsep Dasar	53
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	57
3.8.3.	Goodness of Fit Model.....	58
3.8.4.	Tingkat Signifikansi.....	60
3.8.5.	Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV.....		62
ANALISIS DATA		62
4.1.	Kualitas Data Penelitian	62
4.1.1.	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.2.	Statistik Deskriptif.....	66
4.1.3.	Analisis Korelasi antar Variabel.....	67
4.2.	Goodness of Fit Model	69
4.3.	Uji Hipotesis.....	76

4.3.1.	Pengujian Hipotesis Pertama	77
4.3.2.	Hipotesis Kedua.....	79
4.3.3.	Hipotesis Ketiga.....	81
4.3.4.	Hipotesis Keempat.....	83
4.3.5.	Hipotesis Kelima	84
4.3.6.	Hipotesis Keenam	85
4.3.7.	Hipotesis Ketujuh	86
4.4.	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	86
BAB V	89
KESIMPULAN	89
5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Implikasi Manajerial.....	92
5.3.	Keterbatasan Riset	93
5.4.	Arahan Penelitian Mendatang	94
REFERENSI.....	96
LAMPIRAN.....	100
Lampiran Kuesioner	100
Lampiran Analisis Data	109