

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
MOTTO .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II</b> .....	10
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Loyalitas Merek</b> .....	10
<b>2.2 Kegiatan Pemasaran Media Sosial</b> .....	11
<b>2.3 Kesadaran Merek (<i>Brand Consciousness</i>)</b> .....	14
<b>2.4 Kesadaran Nilai (<i>Value Consciousness</i>)</b> .....	16
<b>2.5 Kerangka Pemikiran</b> .....	20
<b>BAB III</b> .....	21
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	21
<b>3.1 Lokasi Penelitian</b> .....	21
<b>3.2 Populasi &amp; Sampel Penelitian</b> .....	21

3.3	Jenis & Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4	Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran Penelitian .....	23
3.4.1.	Loyalitas Merek .....	23
3.4.2.	Kesadaran Merek .....	24
3.4.3.	Kesadaran Nilai .....	25
3.4.4.	Kegiatan Pemasaran Media Sosial .....	26
3.5.	Instrumen Validitas dan Reliabilitas Penelitian .....	27
3.6.	Teknik Analisis .....	28
3.6.1.	Karakteristik Responden .....	28
3.6.2.	Analisis Deskriptif .....	29
3.6.3.	Teknik Pengembangan Model .....	29
3.6.4.	Diagram Alur dan Persamaan Struktural .....	29
3.6.5.	Memilih Input Matriks dan Estimasi Model .....	30
3.6.6.	Identifikasi Structural Equation Model (SEM) .....	31
3.6.7.	Goodness of Fit Index .....	33
3.6.8.	Model Interpretasi dan Modifikasi.....	36
BAB IV	.....	38
PEMBAHASAN	.....	38
4.1	Data Analisis dan Diskusi .....	38
4.1.	Karakteristik Responden .....	39
4.1.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.1.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	39
4.1.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	40
4.2.	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> .....	42
4.2.1.	Uji Data.....	43
4.2.2.	Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ) .....	48
4.2.3.	Pengujian Hipotesis .....	49
BAB V	.....	54
KESIMPULAN DAN SARAN.....		54
5.1.	Kesimpulan .....	54

5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Goodness of Fit Index.....	36
Tabel 4 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Tabel 4 4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas.....	40
Tabel 4 5 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	41
Tabel 4 6 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Nilai.....	41
Tabel 4 7 Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial.....	42
Tabel 4 8 Analisis Deskriptif Variabel Keseluruhan.....	42
Tabel 4 9 Uji Validitas Data.....	44
Tabel 4 10 Uji Reliabilitas Data.....	45
Tabel 4 11 Uji Normalitas data.....	46
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas Data.....	47
Tabel 4 13 Goodness of Fit Index.....	48
Tabel 4 14 Uji Hipotesis.....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran .....	20
Gambar 4 1 Uji Konfirmatory Full Model Struktural .....	49

