

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
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Loyalitas Merek	10
2.2 Kegiatan Pemasaran Media Sosial	11
2.3 Kesadaran Merek (<i>Brand Consciousness</i>)	14
2.4 Kesadaran Nilai (<i>Value Consciousness</i>)	16
2.5 Kerangka Pemikiran	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi Penelitian	21
3.2 Populasi & Sampel Penelitian	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

