

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	15
1.2 Latar Belakang Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah.....	27
1.4 Tujuan Penelitian.....	28
1.5 Manfaat Penelitian.....	28
1.6 Aspek Akademis.....	29
1.7 Aspek Praktis.....	29
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	29
BAB II	31
TINJAUAN PUSTAKA	31
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	31
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	31
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	32
2.1.3 <i>Media sosial</i>	33

2.1.4 <i>Social media marketing</i>	33
2.1.5 Pengertian Minat Beli	34
2.1.6 Peran Minat Beli (Minat Beli)	36
2.1.7 Indikator Minat Beli.....	37
2.1.8 Brand.....	39
2.1.9 <i>Brand Loyalty</i>	39
2.1.10 Indikator <i>Brand Loyalty</i>	40
2.2 Penelitian Terdahulu.....	41
2.2 Kerangka Pemikiran	50
2.3 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Jenis Data Penelitian	52
3.2.1 Sumber Data	52
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.2 Operasional Variabel.....	55
3.3 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
3.4 Uji Hipotesis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Karakteristik Responden	60
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	64
4.2.2 Uji Validitas	69
4.2.3 Uji Reabilitas	72
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.2.6 Analisis Determinasi.....	78
4.2.7 Uji F	79
4.2.8 Uji t	80
4.3 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran Bagi Nah Project.....	85
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91