

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	23
1.4 Tujuan Penelitian	24
1.5 Manfaat Penelitian	25
1.5.1 Aspek Teoritis	25
1.5.2 Aspek Praktis	26
1.6 Batasan Penelitian.....	27
1.7 Sistematika Penulisan	28
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	30
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	30
2.1.1 Rangkuman Teori.....	30
2.1.2 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Pemikiran	54
2.2.1 Hubungan Antar Variabel	54
2.2.2 Model Konseptual Penelitian	58
2.3 Hipotesis Penelitian	59

2.4 Ruang Lingkup Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Jenis Penelitian	61
3.2 Operasional Variabel	61
3.2.2. Skala Pengukuran.....	70
3.3 Tahapan Penelitian.....	71
3.4 Populasi dan Sampel.....	72
3.4.1 Populasi	72
3.4.2 Sampel.....	73
3.5 Pengumpulan Data.....	74
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
3.6.1 Uji Validitas	75
3.6.1 Uji Reliabilitas	77
3.7 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	78
3.7.1 Analisis Deskriptif	78
3.7.2 Partial Least Square Structure Equation Modeling	81
3.7.3 Partial Least Square Structure Equation Modeling (Outer Model).....	82
3.7.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	82
3.7.5 Analisis Mediasi.....	87
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	87
3.7.7 Pengujian Hipotesis.....	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	91
4.1 Karakteristik Responden.....	91
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	92
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	

.....	93
4.2 Hasil Penelitian.....	93
4.2.1 Analisis Deskriptif	93
4.2.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	106
4.2.3. Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>)	119
4.2.4. Uji Hipotesis dan Signifikansi	120
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	131
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMas) (X1)	131
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (Z1)	132
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom) (Z2).....	134
4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y1).....	135
4.3.5 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMas) terhadap <i>Perceived Value</i>	136
4.3.6 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMas) terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom).....	137
4.3.7 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom) terhadap <i>Perceived Value</i>	139
4.3.8 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	140
4.3.9 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom) terhadap <i>Purchase Decision</i>	141
4.3.10 Pengaruh tidak langsung <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMas) terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Perceived Value</i> pada <i>brand</i> sepatu Compass.....	142
4.3.11 Pengaruh tidak langsung <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMas) terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom) pada <i>brand</i> sepatu Compass	143

4.3.12 Pengaruh tidak langsung <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMas) terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom) dan <i>Perceived Value</i> pada brand sepatu Compass	144
4.3.13 Analisis Berdasarkan <i>Importance-Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	145
4.3.14 Korelasi Hasil Analisis Deskriptif, SEM PLS, dan <i>Importance-Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	149
4.3.1.5 Kontribusi Penelitian	152
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	153
5.1. Kesimpulan.....	153
5.2. Saran	154
5.2.1. Aspek Teoritis	154
5.2.2. Aspek Praktis	155
DAFTAR PUSTAKA	156