

DAFTAR ISI

PROPOSAL SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan	2
1.2. Latar Belakang Masalah.....	2
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Pertanyaan Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Kegunaan Penelitian.....	10
1.6.1. Kegunaan Praktis	10
1.6.2 Kegunaan Teoritis	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Rangkuman Teori.....	12
2.1.1. Pemasaran	12
2.1.2. Minat Beli Konsumen.....	12
2.1.3. Promosi	13

2.1.4. Sosial Media	13
2.1.6. Electronic-Word Of Mouth (E-WOM)	16
2.1.5. Citra Perusahaan	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pemikiran	29
2.4. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Alat Pengumpulan Data	31
3.2.1. Variabel Operisonal	31
3.2.2. Operasional Variabel	31
3.2.3. Skala Pengukuran	33
3.3. Tahap Penelitian.....	35
3.4. Populasi dan Sampel	35
3.4.1. Populasi.....	35
3.4.2. Sample	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1. Jenis Data.....	36
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Uji Validitas dan Reabilitas.....	37
3.6.1. Uji Validitas.....	37
3.6.2. Uji Reabilitas	40
3.7. Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	41
3.8. Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Karakteristik Responden	45
4.1.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	48
4.1.3 Evaluasi Inner Model	56
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Pengaruh kredibilitas terhadap niat beli OPPO	63
4.2.2 Pengaruh kuantitas terhadap niat beli OPPO	64

4.2.3	Pengaruh kualitas terhadap niat beli	64
4.2.4	Pengaruh kredibilitas terhadap citra perusahaan OPPO	65
4.2.5	Pengaruh kuantitas terhadap citra perusahaan OPPO	65
4.2.6	Pengaruh kualitas terhadap citra perusahaan OPPO	65
4.2.7	Pengaruh citra perusahaan terhadap niat beli OPPO.....	66
4.2.8	Pengaruh citra perusahaan dapat memediasi kredibilitas terhadap niat beli OPPO	67
4.2.9	Pengaruh citra perusahaan dapat memediasi kuantitas terhadap niat beli OPPO	68
4.2.10	Pengaruh citra perusahaan dapat memediasi kualitas terhadap niat beli OPPO	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		78