

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN.....                                   | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                       | v    |
| ABSTRAK .....   | vii  |
| DAFTAR TABEL.....   | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xiii |
| BAB I.....  | 1    |
| PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....                | 1    |
| 1.1.1 Profil Perusahaan .....                             | 1    |
| 1.1.2 Visi Perusahaan Bukalapak.....                      | 1    |
| 1.1.3 Misi Perusahaan Bukalapak.....                      | 1    |
| 1.1.4 Logo Bukalapak .....                                | 2    |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian .....                       | 2    |
| 1.3 Perumusan Masalah.....                                | 9    |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian .....                           | 9    |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                               | 10   |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                              | 10   |
| 1.6.1 Aspek Teoritis .....                                | 11   |
| 1.6.2 Aspek Praktis .....                                 | 11   |
| 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....                | 11   |
| BAB II .....  | 13   |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                    | 13   |
| 2.1 Penelusuran Pustaka dan Penelitian Terdahulu .....    | 13   |
| 2.1.1 <i>Social Media Marketing Activity (SMMA)</i> ..... | 13   |
| 2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....                        | 15   |
| 2.1.3 <i>Brand Image</i> .....                            | 16   |
| 2.1.4 <i>e-WOM</i> .....                                  | 16   |
| 2.1.5 <i>Commitment</i> .....                             | 17   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....                            | 18   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.3 Hipotesis Penelitian .....  | 25        |
| 2.3.1 SMMA terhadap <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> . ....  | 25        |
| 2.3.2 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> berpengaruh positif dan signifikan e-WOM.....                   | 25        |
| 2.3.3 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> berpengaruh positif terhadap komitmen .....                     | 26        |
| 2.3.4 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> dalam memediasi pengaruh SMMA terhadap komitmen dan E-WOM ..... | 27        |
| 2.4 Kerangka Pemikiran .....  | 28        |
| <b>BAB III.....</b>   | <b>31</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>31</b> |
| 3.1 Karakteristik Penelitian.....   | 31        |
| 3.2 Alat Pengumpulan Data.....  | 32        |
| 3.2.1 Jenis Variabel.....   | 32        |
| 3.2.2 Variabel Operasional.....   | 34        |
| 3.3 Tahapan Penelitian.....   | 37        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....   | 37        |
| 3.4.1 Populasi.....   | 37        |
| 3.4.2 Sampel.....   | 38        |
| 3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....   | 38        |
| 3.5.1 Pengumpulan Data .....  | 38        |
| 3.5.2 Sumber Data.....  | 39        |
| 3.6 Validitas dan Reabilitas .....  | 39        |
| 3.6.1 Uji Validitas.....  | 39        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....   | 40        |
| 3.6.3 <i>Average Variance Extracted</i> .....   | 41        |
| 3.6.4 Uji Kecocokan .....   | 41        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....  | 43        |
| 3.7.1 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....  | 43        |
| 3.7.3 Asumsi-Asumsi yang diperlukan dalam LISREL .....  | 48        |
| <b>BAB IV .....</b>   | <b>51</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>51</b> |
| <b>4.1 Karakteristik Responden.....</b>   | <b>51</b> |
| 4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Jelaskan .....  | 51        |
| 4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....   | 52        |
| 4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....   | 53        |
| 4.1.4 Responden Berdasarkan Status.....   | 54        |
| 4.1.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....   | 55        |
| 4.1.6 Responden Berdasarkan Pengguna Media Sosial.....  | 56        |
| 4.1.7 Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Bukalapak<br>yang Sering Digunakan (Dilihat/Dikunjungi) .....                         | 56        |
| 4.1.8 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....  | 57        |
| <b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>   | <b>58</b> |
| 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....  | 58        |
| 4.2.2 Penilaian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....   | 62        |
| 4.2.3 Uji Hipotesis .....   | 64        |
| 4.2.4 Pengujian Hipotesis Hubungan Langsung .....   | 66        |
| 4.2.5 Pengujian Hipotesis Tidak Langsung (Efek Dekomposisi).....  | 66        |
| <b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>  | <b>70</b> |
| 4.3.1 H1 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan <i>Social Media<br/>Marketing Activity</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> ..... | 70        |
| 4.3.2 H2 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan <i>Social Media<br/>Marketing Activity</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....     | 70        |
| 4.3.3 Uji Hipotesis 3 : Tidak terdapat hubungan yang positif dan<br>signifikan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>e-WOM</i> .....         | 71        |
| 4.3.4 : H4 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan <i>Brand Image</i><br>terhadap <i>e-WOM</i> .....                              | 71        |
| 4.3.5 H5 : <i>Brand Awareness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap<br>komitmen pelanggan Bukalapak.....                        | 72        |
| 4.3.6 H6 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan <i>Brand Image</i><br>terhadap <i>Commitment</i> .....                           | 72        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.3.7 H7 : SMMA berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap E-WOM melalui <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> .....   | 73        |
| 4.3.8 H8: SMMA berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap komitmen melalui <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> ..... | 73        |
| <b>BAB V</b> .....   | <b>75</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....  | <b>75</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 75        |
| 5.2 Saran.....   | 76        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | <b>79</b> |