

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Vidi.com.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.2.1 Fenomena Bisnis.....	2
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Aspek Teoritis	16
1.5.2 Aspek Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.2 <i>Customer Equity</i>	18
2.1.3 SMMA	19
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	21
2.2 Hipotesis Penelitian	21
2.2.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Value Equity</i>	21
2.2.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	22
2.2.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Relationship Equity</i>	22

2.2.4	Pengaruh <i>Value Equity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	22
2.2.5	Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	23
2.2.6	Pengaruh <i>Relationship Equity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	23
2.2.7	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	23
2.2.8	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Value Equity, Brand Equity dan Relationship Equity</i>	24
2.3	Penelitian Terdahulu	24
2.4	Kerangka Penelitian	30
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Alat Pengumpulan Data	34
3.2.1	Jenis Variabel.....	35
3.2.2	Operational Variabel.....	35
3.2.3	Skala.....	37
3.3	Tahapan Penelitian	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi.....	39
3.4.2	Sampel.....	40
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	41
3.5.1	Pengumpulan Data	41
3.5.2	Sumber Data.....	42
3.6	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Uji Reabilitas	43
3.6.3	Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	44
3.7	Teknik Analisis Data	47
3.7.1	Structural Equation Modelling (SEM)	47
3.7.2	Pemodelan Persamaan Struktural.....	47
3.7.3	Asumsi - Asumsi yang diperlukan dalam LISREL.....	48
3.7.4	Uji Hipotesis	49
BAB IV.....		50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50

4.1	Karakteristik Responden	50
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	51
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Vidio	52
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan yang Dinikmati	53
4.2	Hasil penelitian	54
4.2.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.2.2	Hasil Uji Goodness Fit (Kecocokan Model)	57
4.2.3	Hasil T-Value dan Standardized Solutions	60
4.2.4	Pengujian Hipotesis Hubungan Langsung	62
4.2.5	Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	63
4.2.6	Persamaan Struktural	64
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.3.1	Hasil Uji Hipotesis 1 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara SMMA terhadap VLE)	68
4.3.2	Hasil Uji Hipotesis 2 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara SMMA terhadap BRE)	68
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis 3 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara SMMA terhadap RLE)	69
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis 4 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara VLE terhadap CLU)	70
4.3.5	Hasil Uji Hipotesis 5 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara BRE terhadap CLU)	71
4.3.6	Hasil Uji Hipotesis 6 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara RLE terhadap CLU)	72
4.3.7	Hasil Uji Hipotesis 7 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara SMMA terhadap CLU)	72
4.3.8	Hasil Uji Hipotesis 8 (Terdapat pengaruh yang signifikan antara SMMA terhadap CLU Melalui VLE, BRE dan RLE)	73
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	75
5.2.1	Saran Praktis	76

5.2.2	Saran Teoritis	76
	DAFTAR PUSTAKA.....	78
	LAMPIRAN.....	83