

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	1
1.2 Latar belakang .....	2
1.3 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian:.....	7
1.4 Tujuan penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian : .....	10
1.6 Sistematika penulisan .....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Penelitian .....	12
2.2 <i>Strategic Management</i> .....	12
2.2.1 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	13
2.2.1.1 Bauran Pemasaran.....	13
2.2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 <i>Social Media Marketing</i> .....	14
2.2.3 <i>Brand</i> .....	16
2.2.3.1 Brand Preference.....	16
2.2.3.2 Brand Awareness .....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	17
2.4 Kerangka Pemikiran .....	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	25

2.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	25
2.6.1 Variabel Penelitian.....	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian .....	26
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	26
3.2.1 Operasional Variabel .....	26
3.2.2 Skala Pengukuran .....	29
3.3 Tahapan Penelitian .....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1 Populasi.....	31
3.4.2 Sampel .....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5.1 Data Primer (kuisisioner) .....	33
3.5.2 Data Sekunder (Literatur Sumber Pustaka) .....	33
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.6.1 Uji Validitas (Pilot test untuk mengecek pertanyaan) .....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.7 Teknik Analisis Data .....	37
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	38
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) tambah penjelasan h.....	39
3.7.2.1 Model Pengukuran .....	41
3.7.2.2 Model Struktural .....	42
BAB IV .....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
4.1 Karakteristik Responden .....	45
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	46
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	47

4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengenal layanan Shopeefood .....	48
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Mengenal Layanan Shopeefood .....	49
4.2. Hasil Responden.....	49
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	49
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Social Media Marketing .....	50
4.2.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness .....	52
4.2.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Brand Preference .....	54
4.2.2 <i>Structural Equation Modeling</i> .....	55
4.2.2.1 Model Pengukuran .....	57
4.2.2.2 Model Struktural .....	59
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.3.1 Implementasi <i>Social Media Marketing</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan <i>Brand Preference</i> (Hipotesis Deskriptif).....	63
4.3.2 <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Preference</i> (Hipotesis Kausal).....	63
4.3.3 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> (Hipotesis Kausal) .....	64
4.3.4 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Preference</i> (Hipotesis Kausal) .....	64
4.3.5 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Preference</i> melalui <i>Brand Awareness</i> (Hipotesis Kausal) .....	65
BAB V.....	66
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran .....	68
5.2.1 Saran Praktis .....	68
5.2.2 Saran Teoritis.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	73