

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| COVER | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 2 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 13 |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian | 14 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 16 |
| 1.6.1 Manfaat Akademis | 16 |
| 1.6.2 Manfaat Praktis | 16 |
| 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir | 17 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 18 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 18 |
| 2.1.1 Pemasaran | 18 |
| 2.1.2 Pemasaran Media Sosial | 18 |
| 2.1.3 <i>Quantity of Social Media</i> | 20 |
| 2.1.4 <i>Credibility of Social Media</i> | 21 |
| 2.1.5 <i>Customer Inspiration</i> | 22 |
| 2.1.6 <i>Purchase Intention</i> | 22 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 24 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 32 |
| 2.4 | Hipotesis Penelitian | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 36 |
| 3.1. | Jenis Penelitian | 36 |
| 3.2. | Operasional Variabel | 37 |
| 3.2.1 | Variabel Terikat (<i>Dependent</i>) | 37 |
| 3.2.2 | Variabel Bebas (<i>Independent</i>)..... | 37 |
| 3.2.3 | Variabel Antara (<i>Intervening</i>)..... | 37 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 45 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 47 |
| 3.4.1. | Populasi | 47 |
| 3.4.2. | Sampel..... | 47 |
| 3.5 | Pengumpulan Data dan Sumber Data..... | 50 |
| 3.5.1. | Sumber Data..... | 50 |
| 3.5.2. | Skala Pengukuran..... | 50 |
| 3.6 | Validitas dan Reliabilitas..... | 51 |
| 3.5.1. | Uji Validitas | 51 |
| 3.5.2. | Uji Reliabilitas | 52 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis..... | 53 |
| 3.7.1. | Analisis Deskriptif | 53 |
| 3.7.2. | Metode Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) | 55 |
| 3.7.3. | Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 57 |
| 3.7.4. | Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 58 |
| 3.7.5. | <i>Goodness of Fit Test</i> | 58 |
| 3.7.6. | Pengujian Hipotesis..... | 59 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 61 |
| 4.1. | Karakteristik Responden..... | 61 |
| 4.1.1. | Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i> | 61 |
| 4.1.2. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 62 |
| 4.1.3. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 63 |
| 4.1.4. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 64 |

| | | |
|---|--|------------|
| 4.1.5. | Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal ... | 65 |
| 4.2. | Hasil Penelitian..... | 66 |
| 4.2.1 | Analisis Data | 66 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>) | 77 |
| 4.2.3 | <i>Inner Model</i> | 84 |
| 4.3 | Pengujian Hipotesis..... | 87 |
| 4.3.1 | Path Koefisien dan T-Value | 87 |
| 4.3.2 | Pengaruh Tidak Langsung..... | 90 |
| 4.3. | Pembahasan | 92 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 96 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 96 |
| 5.2 | Saran..... | 98 |
| 5.2.1 | Saran untuk Perusahaan | 98 |
| 5.2.2 | Saran untuk Penelitian Selanjutnya..... | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 102 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 106 |