

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	1
1.3 Perumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Aspek Teoritis	5
1.5.2 Aspek Praktis	5
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 <i>Social Media Marketing Activity</i>	7
2.1.3 <i>Customer Engagement</i>	9
2.1.4 <i>Brand Equity</i>	9
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	11
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	25

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	28
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	28
3.2.2 Skala Pengukuran.....	29
3.3 Tahapan Penelitian	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1 Jenis Data	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan	39
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Analisis Deskriptif	43
3.7.2 Model Persamaan Struktural	43
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	55