

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME	IV
ABSTRAK.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar belakang penelitian	1
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Aspek Teoritis	13
1.5.2 Aspek Praktisi	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II Tinjauan Pustaka.....	15
2.1 Teori Terkait Penelitian Dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Marketing Management	15
2.1.2 Marketing Mix	16
2.1.3 Digital Marketing.....	16
2.1.3.1 Indikator Digital Marketing	17
2.1.4 Social Media Marketing.....	17
2.1.4.1 Indikator Social Media Marketing	18
2.1.5 EWOM.....	19
2.1.5.1 Indikator eWOM.....	20
2.1.6 Brand Image.....	20
2.1.6.1 Indikator Brand Image	22
2.1.7 Consumer Behavior.....	22
2.1.7.1 Indikator consumer behavior	22

2.1.8	Purchase intention	23
2.1.8.1	Indikator Purchase intention	23
2.1.9	Penelitian terdahulu.....	24
2.2	Hubungan Antar Variabel dan Kerangka Berfikir	34
2.2.1	Hubungan Antara Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention	34
2.2.2	Hubungan Antara EWOM Terhadap Purchase Intention.....	34
2.2.3	Hubungan Antara Social Media Marketing Terhadap Brand Image.....	34
2.2.4	Hubungan Antara EWOM Terhadap Brand Image.....	35
2.2.5	Hubungan Antara Brand Image Terhadap Purchase Intention.....	35
2.2.6	Kerangka Berfikir	35
2.3	Hipotesis Penelitian	39
BAB III	Metodologi Penelitian	40
3.1	Karakteristik Penelitian.....	40
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	42
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	42
3.2.2	Skala Pengukuran.....	50
3.3	Tahapan Penelitian.....	50
3.4	Populasi dan sampel.....	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sample.....	52
3.5	Metode Pengumpulan Data	52
3.6	Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1	Validitas	53
3.6.2	Reliabilitas	55
3.7	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1	Analisis Deskriptif	56
3.7.2	SEM	57
3.7.3	PLS-SEM	58
3.8	Pengujian Hipotesis	61
BAB IV	PEMBAHASAN.....	63
4.1	Karakteristik responden	63
4.2	Statistik deskriptif.....	67
4.2	Hasil Penelitian	70

4.3.1	Outer Model	70
4.3.2	Inner model	77
4.3	Pengujian Hipotesis	79
4.3.1	Pembahasan uji hipotesis	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Bagi Kopi Hilir	85
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	85
REFERENSI		87
LAMPIRAN.....		100
KUESIONER.....		101
RAW SPSS		107