

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b>	<b>1</b>
1.1	1
1.2	2
1.3	12
1.4	13
1.5	14
1.6	14
1.6.1 Manfaat Praktis .....	14
1.6.2 Manfaat Teoritis .....	14
1.7	15
<b>BAB II</b>	<b>16</b>
2.1	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Social Media.....	17
2.1.3 Social Media Marketing Activities .....	18
2.1.4 Brand Image .....	18
2.1.5 Brand Awareness.....	19
2.1.6 Purchase Intention .....	20
2.2	21
2.3	27
2.4	29

<b>BAB III</b>	<b>32</b>
3.1	31
3.2	32
3.2.1	Operasionalisasi Variabel..... 33
3.2.2	Skala Pengukuran..... 42
3.3	42
3.4	44
3.4.1	Populasi..... 44
3.4.2	Sampel..... 44
3.5	45
3.6	49
3.6.1	Data Primer..... 49
3.6.2	Data Sekunder..... 49
3.7	49
3.7.1	Model Struktural..... 50
3.7.2	Uji Hipotesis (Boostraping)..... 50
<b>BAB IV</b>	<b>52</b>
4.1	52
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 52
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 53
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Merek Sepatu Compass..... 53
4.2	54
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas..... 54
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif..... 60
4.2.3	Model Struktural..... 68
4.2.4	Uji Hipotesis..... 72
4.3	74
4.3.1	Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap Variabel Brand Image..... 73

4.3.2 Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap Variabel Brand Awareness .....	74
4.3.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Variabel Purchase Intention .....	74
4.3.4 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Variabel Purchase Intention .	75
4.3.5 Pembahasan Secara Umum .....	75
<b>BAB V</b>	<b>77</b>
5.1	78
5.2	79
5.2.1 Saran Teoritis .....	78
5.2.2 Saran Praktis.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>82</b>