

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	<i>ii</i>
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	<i>iii</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>iv</i>
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	<i>vii</i>
ABSTRAK	<i>viii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>ix</i>
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi The Originote	2
1.1.3 Logo The Originote	3
1.1.4 Skala Usaha The Originote.....	3
1.1.5 Produk The Originote	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah.....	26
1.4 Tujuan Penelitian.....	27
1.5 Kegunaan Penelitian	27
A) Kegunaan Teoritis	27
B) Kegunaan Praktis.....	28
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	28
1.7 Sistematika Penulisan	28

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	30
2.1	Landasan Teori.....	30
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	30
2.1.2	<i>Marketing Communication</i>	31
2.1.3	<i>Social Media Marketing</i>	32
2.1.4	Indikator <i>Social Media Marketing</i>	33
2.1.5	<i>Electronic Word of Mouth</i>	33
2.1.6	Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	34
2.1.8	Kepuasan Konsumen	36
2.1.9	Indikator Kepuasan Konsumen	37
2.1.10	<i>Repurchase Intention</i>	37
2.1.11	Indikator <i>Repurchase Intention</i>	38
2.1.12	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> dengan eWOM	38
2.1.13	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	39
2.1.14	Hubungan eWOM dengan <i>Repurchase Intention</i>	40
2.1.15	Hubungan eWOM sebagai Mediasi antara <i>Social Media Marketing</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	40
2.2	Penelitian terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran.....	48
2.4	Hipotesis Penelitian	51
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	51
2.5.1	Variabel Penelitian	51
2.5.2	Objek Penelitian	51
BAB III	METODE PENELITIAN	52
3.1	Jenis Penelitian	52
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	53
3.2.1	Operasional Variabel	53
3.2.2	Skala Pengukuran	56
3.3	Tahapan Penelitian	56
3.4	Populasi dan Sampel	59
3.4.1	Populasi	59
3.4.2	Sampel	59

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Data Primer.....	61
3.5.2	Data Sekunder.....	62
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.6.1	Uji Validitas.....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas	64
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	65
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	65
3.7.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)	67
3.7.3	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	68
3.7.4	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	68
3.7.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
3.7.6	Uji Kecocokan Model/ <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	71
3.7.7	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi	73
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1	Hasil Analisis	75
4.2	Karakteristik Responden.....	75
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	76
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	77
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	78
4.3	Hasil Penelitian.....	79
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	79
4.3.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)	86
4.4	Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	86
4.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	91
4.5.1	<i>R Square</i> atas variabel endogen.....	91
4.5.2	<i>Predictive Relevance</i> atau <i>Q Square</i>	92
4.5.3	<i>Estimate for Path Coefficients</i> atau <i>F Square</i>	93
4.5.4	<i>Goodness of Fit Model</i> (GOFM)	93
4.5.5	Uji Hipotesis	94
4.6	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	97

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran.....	104
LAMPIRAN.....		114