

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.1.2 Produk.....	2
1.1.3 Objek Penelitian .....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Teroritis .....	15
1.5.2 Apek Praktis .....	15
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian.....	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.2 Customer Behaviour .....	18
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	18

2.1.4 Social Media Marketing.....	19
2.1.5 Customer Trust .....	21
2.1.6 Consumers Purchase Intentions.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
2.4 Hipotesis Penelitian .....	27
2.4.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Consumer's Purchase Intentions</i> .....	27
2.4.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Customer Trust</i> .....	28
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Consumer's Purchase Intentions</i> .....	29
2.4.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> secara signifikan terhadap <i>Consumer's Purchase Intentions</i> dengan dimediasi oleh <i>Customer Trust</i> .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Operasional Variabel .....	32
3.2.1 Jenis Variabel .....	32
3.2.2 Skala Pengukuran .....	34
3.3 Tahapan Penelitian .....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi .....	38
3.4.2 Sampel .....	39
3.5 Pengumpulan Data .....	39
3.5.1 Data Primer.....	39
3.5.2 Data Sekunder .....	39
3.6 Pengujian Instrumen .....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41

3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2 Analisis Structural Equation Model (SEM) .....	44
3.7.3 Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	45
3.7.4 Pengujian Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .51	
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	52
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	53
4.2 Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1 Analisis Deskriptif <i>Social Media Marketing</i> (X).....	55
4.2.2 Analisis Deskriptif <i>Customer Trust</i> (Z).....	58
4.2.3 Analisis Deskriptif <i>Consumer's Purchase Intention</i> (Y).....	60
4.3 Analisis Data.....	63
4.3.1 Uji Normalitas .....	63
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	64
4.3.3 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ) .....	71
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran .....	87
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	87
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>