

## 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>vi</b>   |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                         | <b>vii</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 PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>    |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....              | 1           |
| 1.1.1 Profile Perusahaan.....                        | 1           |
| 1.1.2 Visi dan Misi .....                            | 2           |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian.....                   | 2           |
| 1.3 Rumusan Masalah.....                             | 11          |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                          | 12          |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                         | 12          |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                         | 12          |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                          | 13          |
| 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....          | 13          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                  | <b>15</b>   |
| 2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....             | 15          |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....                     | 15          |
| 2.1.2 Media Sosial.....                              | 15          |
| 2.1.3 Aktivitas Pemasaran di Sosial Media.....       | 16          |
| 2.1.4 Ekuitas Merek .....                            | 18          |
| 2.1.5 EWOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ) ..... | 22          |

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.6 Niat Beli .....                                                                               | 24        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                                                                       | 25        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                                                        | 32        |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                                                                      | 33        |
| 2.4.1 Hubungan Aktivitas Pemasaran di Sosial Media terhadap Ekuitas<br>Merek .....                  | 34        |
| 2.4.2 Hubungan Ekuitas Merek terhadap EWOM .....                                                    | 34        |
| 2.4.3 Hubungan <i>EWOM</i> terhadap Niat Beli.....                                                  | 35        |
| 2.4.4 Hubungan Aktivitas Pemasaran di Sosial Media terhadap Niat<br>Beli .....                      | 35        |
| 2.4.5 Hubungan Aktivitas Pemasaran di Sosial Media terhadap Niat<br>Beli melalui Ekuitas Merek..... | 35        |
| 2.4.6 Hubungan Aktivitas Pemasaran di Sosial Media terhadap Niat<br>Beli melalui EWOM .....         | 36        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                              | <b>38</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                                                          | 38        |
| 3.2 Operasional Variabel .....                                                                      | 39        |
| 3.3 Skala Pengukuran .....                                                                          | 47        |
| 3.4 Tahapan Penelitian .....                                                                        | 47        |
| 3.5 Populasi dan Sampel.....                                                                        | 48        |
| 3.5.1 Populasi .....                                                                                | 48        |
| 3.5.2 Sampel.....                                                                                   | 49        |
| 3.6 Pengumpulan Data.....                                                                           | 50        |
| 3.6.1 Data Primer .....                                                                             | 50        |
| 3.6.2 Data Sekunder .....                                                                           | 51        |
| 3.7 Uji Validitas dan Realibilitas.....                                                             | 51        |
| 3.7.1 Uji Validitas .....                                                                           | 51        |
| 3.7.2 Uji Realibilitas .....                                                                        | 51        |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....                                                                      | 52        |

|                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.8.1 Analisis Deskriptif .....                                                         | 52        |
| 3.8.2 Analisis Verifikatif.....                                                         | 54        |
| 3.8.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....                                   | 54        |
| 3.8.2.2 Model Struktural (Inner Model) .....                                            | 55        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                      | <b>58</b> |
| 4.1 Pengumpulan Data.....                                                               | 58        |
| 4.2 Karakteristik Responden.....                                                        | 58        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                           | 58        |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                     | 59        |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....                         | 59        |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan<br>TikTok.....              | 60        |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....                         | 60        |
| 4.3 Analisis Deskriptif.....                                                            | 61        |
| 4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Aktivitas Pemasaran<br>di Sosial Media..... | 61        |
| 4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek.....                          | 64        |
| 4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel EWOM.....                                   | 67        |
| 4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli.....                              | 70        |
| 4.4 <i>Partial Least Square</i> Model .....                                             | 72        |
| 4.4.1 <i>Outer Model Testing</i> .....                                                  | 72        |
| 4.4.1.1 <i>Convergent validity</i> .....                                                | 72        |
| 4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i> .....                                              | 74        |
| 4.4.1.3 Reabilitas .....                                                                | 77        |
| 4.4.2 <i>Inner Model Testing</i> .....                                                  | 79        |
| 4.4.2.1 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....                                                  | 79        |
| 4.4.2.2 <i>Effect Size</i> ( $F^2$ ) .....                                              | 80        |
| 4.4.2.3 Uji Hipotesis.....                                                              | 81        |
| 4.5 Pembahasan .....                                                                    | 84        |

|                                                                                                                                    |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.5.1 Analisis Deskriptif .....                                                                                                    | 84         |
| 4.5.2 Pengaruh Aktivitas Pemasaran di Sosial Media Terhadap Ekuitas<br>Merek .....                                                 | 86         |
| 4.5.3 Pengaruh ekuitas merek terhadap EWOM pada produk Avoskin<br>di TikTok.....                                                   | 86         |
| 4.5.4 Pengaruh EWOM terhadap Niat Beli pada Produk Avoskin di<br>TikTok.....                                                       | 87         |
| 4.5.5 Pengaruh Aktivitas Pemasaran di Sosial Media terhadap Niat<br>Beli pada Produk Avoskin di TikTok .....                       | 88         |
| 4.5.6 Pengaruh Aktivitas Pemasaran di Sosial Media Terhadap Niat<br>Beli Melalui Ekuitas Merek Pada Produk Avoskin di TikTok ..... | 88         |
| 4.5.7 Pengaruh Aktivitas Pemasaran di Sosial Media Terhadap Niat<br>Beli Melalui EWOM Pada Produk Avoskin di TikTok .....          | 90         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                            | <b>92</b>  |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                                                | 92         |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                    | 92         |
| 5.2.1 Saran Praktis.....                                                                                                           | 92         |
| 5.2.2 Saran Teoritis .....                                                                                                         | 93         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                        | <b>94</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                               | <b>101</b> |