

DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Kerangka Sistematis Penelitian.....	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Variabel Penelitian yang digunakan.....	18
2.1.1 Social Media Marketing Activities.....	18
2.1.2 Brand Equity	20
2.1.3 e-WOM.....	22
2.1.4 Consumer Trust.....	24
2.1.5 Customer Loyalty	27
2.2.1 Peran <i>Social Media Marketing Activities</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	29
2.2.2 Peran <i>Social Media Marketing Activites</i> terhadap <i>e-WOM</i>	30
2.2.3 Peran <i>Brand Equity</i> terhadap <i>e-WOM</i>	33
2.2.4 Peran <i>Brand Equity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	35
2.2.5 Peran <i>e-WOM</i> terhadap <i>Consumer Trust</i>	36

2.2.6	Peran Mediasi <i>Consumer Trust</i> terhadap hubungan e-WOM dengan <i>Customer Loyalty</i>	37
2.2.7	Peran <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.2.8	Peran <i>Social Media Marketing Activities</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	39
2.3	Metode Riset Penelitian.....	41
2.4	Model Penelitian.....	42
BAB III.....		43
METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Paradigma Penelitian	44
3.2	Metode Kuantitatif	45
3.3	Desain Penelitian.....	46
3.4	Objek Penelitian	48
3.5	Subjek Penelitian.....	50
3.6	Unit Analisis	50
3.7	Pengukuran Variabel	51
3.8	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional (DKDO)	53
3.9	Skala Pengukuran	60
3.10	Metode Pengumpulan Data.....	62
3.11	Etika Pengumpulan Data	63
3.12	Desain Sampel.....	65
3.13	Ukuran Sampel.....	67
3.14	Metode Analisa Data	68
3.15	Goodness of the Data.....	71
3.16	Uji Asumsi Klasik	74
3.17	SEM AMOS 24	77
3.18	Uji Pretest Penelitian	83
BAB IV.....		89
HASIL DAN PEMBAHASAN		89
4.1	Profil Responden	90

4.2	Hasil Uji Aktual	95
4.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	105
4.4	Koefisien Determinasi	120
4.5	Model Fit Penelitian	123
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	126
4.7	Diskusi dan Pembahasan	133
4.8	Perbandingan dengan Penelitian sebelumnya	144
BAB V.....		146
5.1	Kesimpulan dan Saran	146
5.2	Implikasi Teoritis	151
5.3	Implikasi Manajerial.....	154
5.4	Keterbatasan Peneliti	157
5.5	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	158
DAFTAR PUSTAKA.....		159
LEMBAR KUESIONER		169
LAMPIRAN		178

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Platform Media Sosial per Juli 2022	3
Gambar 1.2 Logo Es Teh Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian Sebelumnya.....	42
Gambar 2.2 Model Penelitian Sekarang yang diusulkan.....	42
Gambar 3.1 Rumus r Pearson Corelation.....	84
Gambar 4.1 Model Stuktural CFA.....	100
Gambar 4.2 Uji Normalitas (Normal p-plot 1).....	107
Gambar 4.2.1 Hasil Histogram 1.....	107
Gambar 4.3 Uji Normalitas (Normal p-plot 2).....	108
Gambar 4.3.1 Hasil Histogram 2.....	108
Gambar 4.4 Uji Normalitas (Normal p-plot 3).....	110
Gambar 4.4.1 Hasil Histogram 3.....	110
Gambar 4.5 Uji Normalitas (Normal p-plot 4).....	112
Gambar 4.5.1 Hasil Histogram 4.....	112
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas 1-BE.....	117
Gambar 4.7 Uji Heterokedastisitas 2-EWOM.....	118
Gambar 4.8 Uji Heterokedastisitas 3-CT.....	119
Gambar 4.9 Uji Heterokedastisitas 4-CL.....	120
Gambar 4.10 Hasil Pengujian Model Struktural AMOS.....	124
Gambar 4.11 Hasil Pengujian Model AMOS (Sesudah Fit).....	125
Gambar 4.12 Rumus Perhitungan Manual Sobel Test.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional [DKDO].....	53
Tabel 3.2 Validitas Pretest (Social Media Marketing Activities)	84
Tabel 3.3 Validitas Pretest (Brand Equity).....	85
Tabel 3.4 Validitas Pretest (e-WOM)	86
Tabel 3.5 Validitas Pretest (Consumer Trust)	86
Tabel 3.6 Validitas Pretest (Customer Loyalty)	87
Tabel 3.7 Hasil Uji Pretest Reliabilitas	88
Tabel 4.1 Profil Responden dengan Kategori Usia.....	91
Tabel 4.2 Profil Responden dengan Jenis Pekerjaan	92
Tabel 4.3 Kriteria Responden 1	93
Tabel 4.4 Kriteria Responden 2	93
Tabel 4.5 Kriteria Responden 3	94
Tabel 4.6 Kriteria Responden 4	94
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif.....	96
Tabel 4.8 Nilai Uji Konvergen Validitas Aktual	100
Tabel 4.9 Hasil Uji Konvergen Validitas AVE	102
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan	103
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Aktual	104
Tabel 4.12 Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov 1	108
Tabel 4.13 Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov 2	109
Tabel 4.14 Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov 3	111
Tabel 4.15 Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov 4	113
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas 1.....	114
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas 2.....	115
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas 3.....	115
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas 4.....	116
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	121
Tabel 4.21 Hasil Model Fit.....	125

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis	127
Tabel 4.23 Uji Sobel Test Mediasi	132
Tabel 4.24 Perbandingan dengan penelitian sebelumnya.....	144



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: KUESIONER	175
LAMPIRAN II: TES PENDAHULUAN	185
LAMPIRAN III: UJI AKTUAL	187

