

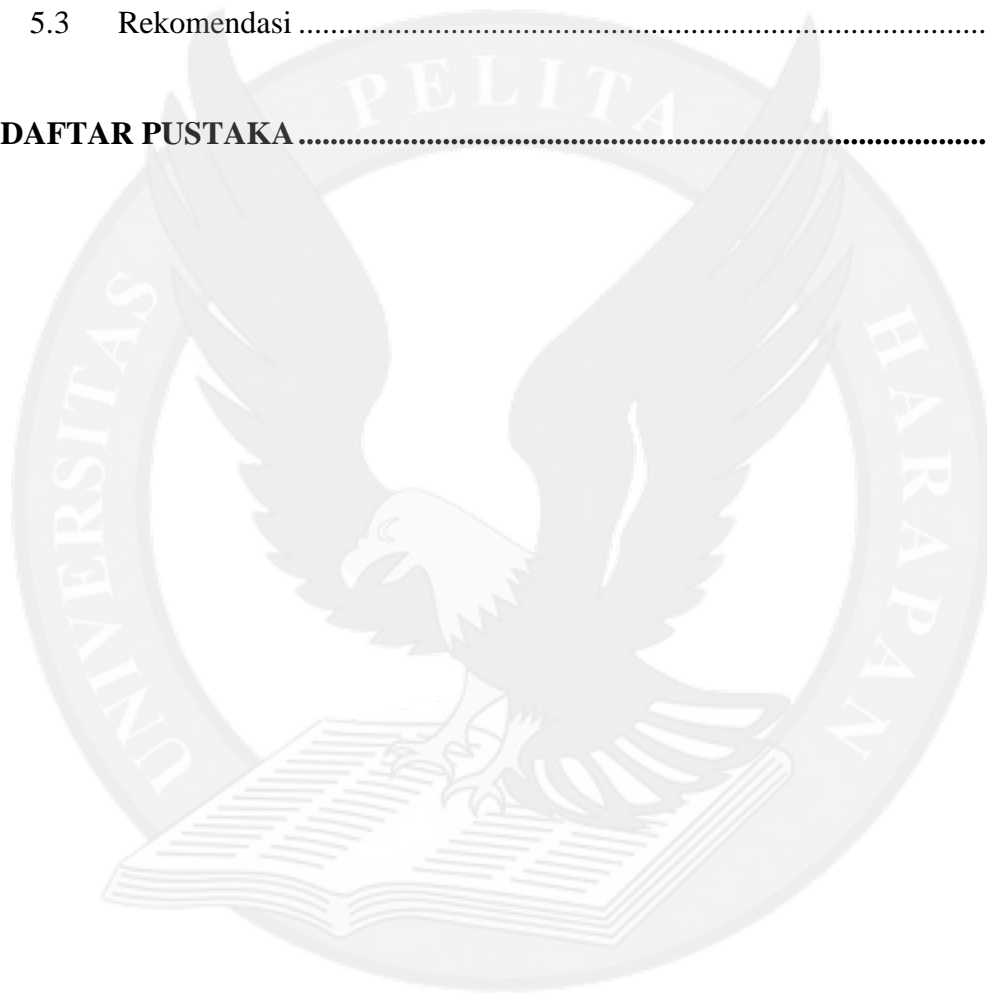
# DAFTAR ISI

halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA</b>	
<b>TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PEGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Online Review</i> .....	12
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i> .....	16
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	20

2.1.5	Minat Beli Ulang .....	24
2.1.6	Hubungan <i>Online Review</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	27
2.1.7	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	27
2.1.8	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang .....	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	30
2.4	Kerangka Berpikir.....	30
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Populasi dan Sampel .....	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel .....	34
3.3	Metode Pengumpulan data .....	35
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.5	Metode Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	50
4.1.1	Sejarah Perusahaan PT Kreativitas Aset Indonesia .....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	50
4.2.2	Statistik Deskriptif .....	59
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	66
4.3	Analisa Faktor Konfirmat.....	74
4.3.1	<i>Regression Weights Full Structural Equation Modeling</i> .....	76
4.4	Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i> .....	77
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	78
4.6	Pembahasan .....	81

<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.1.1 Kesimpulan atas Hipotesis.....	88
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	94
5.2 Implikasi.....	95
5.3 Rekomendasi .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>



## DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. 1 Data Penjualan PT Kreativitas Aset Indonesia (DEPATU).....	4
Gambar 1. 2 Instagram PT Kreativitas Aset Indonesia (DEPATU) .....	5
Gambar 1. 3 Review Negatif di PT Kreativitas Aset Indonesia (DEPATU).....	6
Gambar 1. 4 Kualitas Pelayanan di PT Kreativitas Aset Indonesia (DEPATU) ....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	31
Gambar 2. 2 Alur Berpikir .....	32
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	42
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Gambar 4. 3 <i>Confirmatory Analysis Online Review, Social Media Marketing, dan Kualitas Pelayanan dan Minat Beli</i> .....	75

## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 2 Keterangan Indikator Konstruk.....	42
Tabel 3.3 Hubungan Konstruk Eksogen terhadap Konstruk Endogen .....	43
Tabel 3.4 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen .....	43
Tabel 3. 5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> )..	47
Tabel 4. 1 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	53
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Online Review</i> .....	54
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i> ....	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang.....	58
Tabel 4.6 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Online Review</i> .....	59
Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	61
Tabel 4.8 Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.9 Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang.....	65
Tabel 4.10 <i>Feasibility Testing Index Of A Model (Goodness of Fit Index)</i> .....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	68
Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskriptif Z-Score .....	70
Tabel 4.13 <i>Mahalanobis Distance</i> .....	71
Tabel 4.14 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Konstruk Eksogen dan Endogen.....	75
Tabel 4.15 <i>Regression Weights Full Structural Equation Modeling</i> .....	76
Tabel 4.16 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i> .....	77
Tabel 4.17 Uji Hipotesis .....	78
Tabel 5.1 Kesimpulan Penelitian.....	88
Tabel 5.2 Kesimpulan Penelitian.....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	A-1
Lampiran B Tabulasi Data .....	B-1
Lampiran C Output Data.....	C-1

