

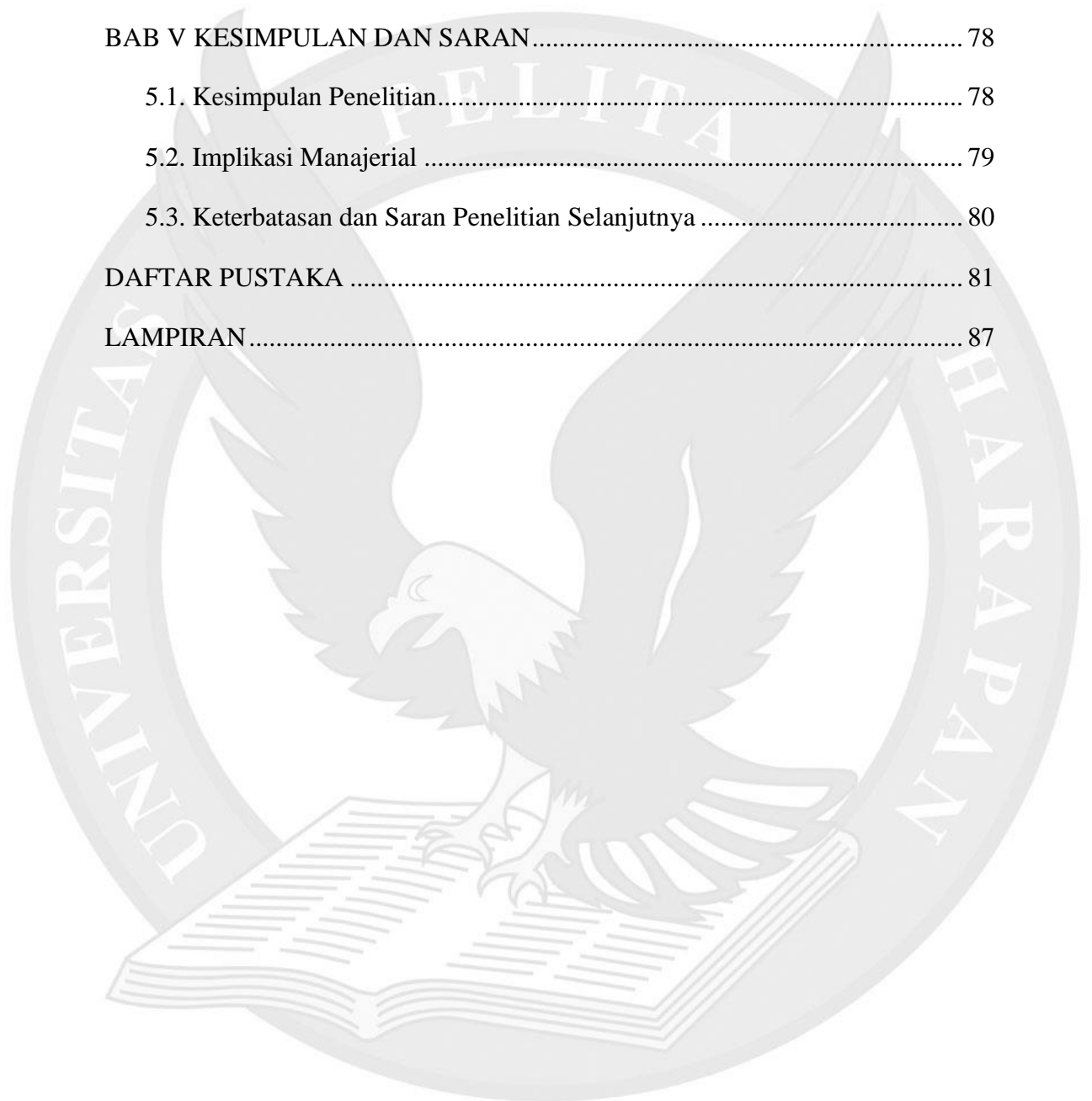
DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR JUDUL TUGAS AKHIR TESIS.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Akademis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9

2.1. Konsep Konstruk / Variabel	9
2.1.1. Purchase Decision	9
2.1.2. Marketing Mix.....	11
2.1.2.1. <i>Product</i>	11
2.1.2.2. <i>Price</i>	13
2.1.2.3. <i>Promotion</i>	16
2.1.3. Media Sosial	19
2.1.3.1. <i>Firm Generated Content</i>	20
2.1.3.2. <i>Celebrity Endorsement</i>	22
2.2. Pengembangan Hipotesis	24
2.2.1. Hubungan <i>product</i> dengan <i>purchase decision</i>	24
2.2.2. Hubungan <i>price</i> dengan <i>purchase decision</i>	24
2.2.3. Hubungan <i>promotion</i> dengan <i>purchase decision</i>	24
2.2.4. Hubungan <i>firm generated content</i> dengan <i>purchase decision</i>	25
2.2.3. Hubungan <i>celebrity endorsement</i> dengan <i>purchase decision</i>	25
2.3. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Obyek Penelitian	30
3.2. Unit Analisis.....	30
3.3. Jenis Penelitian	31
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
3.4.1. Pengukuran Variabel	34
3.4.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	35
3.5. Populasi dan sampel Penelitian	41

3.6. Metode Pengumpulan Data	43
3.7. Metode Analisis Data	43
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian.....	44
3.9. Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Profil Demografi Responden.....	51
4.1.1.1. Profil Demografi Jenis Kelamin.....	51
4.1.1.2. Profil Demografi Usia	52
4.1.1.3. Profil Demografi Pendidikan Terakhir.....	53
4.1.1.4. Profil Demografi Pekerjaan.....	53
4.1.1.5. Profil Demografi Jasa Yang Dibutuhkan	54
4.1.1.6. Profil Demografi Jumlah Kunjungan	55
4.1.1.7. Profil Demografi Penghasilan Per Bulan	55
4.1.2. Analisis Statistik Deskriptif	56
4.1.2.1. Statistik Deskriptif <i>Marketing Mix</i>	56
4.1.2.1.1. Statistik Deskriptif <i>Product</i>	56
4.1.2.1.2. Statistik Deskriptif <i>Price</i>	57
4.1.2.1.3. Statistik Deskriptif <i>Promotion</i>	58
4.1.2.2. Statistik Deskriptif <i>Firm Generated Content</i>	59
4.1.2.3. Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorsement</i>	60
4.1.2.4. Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	61
4.1.3. Analisis Statistik Inferensial.....	62
4.1.3.1. Model Pengukuran	63

4.1.3.2. Model Struktural	68
4.2. Hasil Uji Hipotesis	70
4.3. Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1. Kesimpulan Penelitian.....	78
5.2. Implikasi Manajerial	79
5.3. Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	87



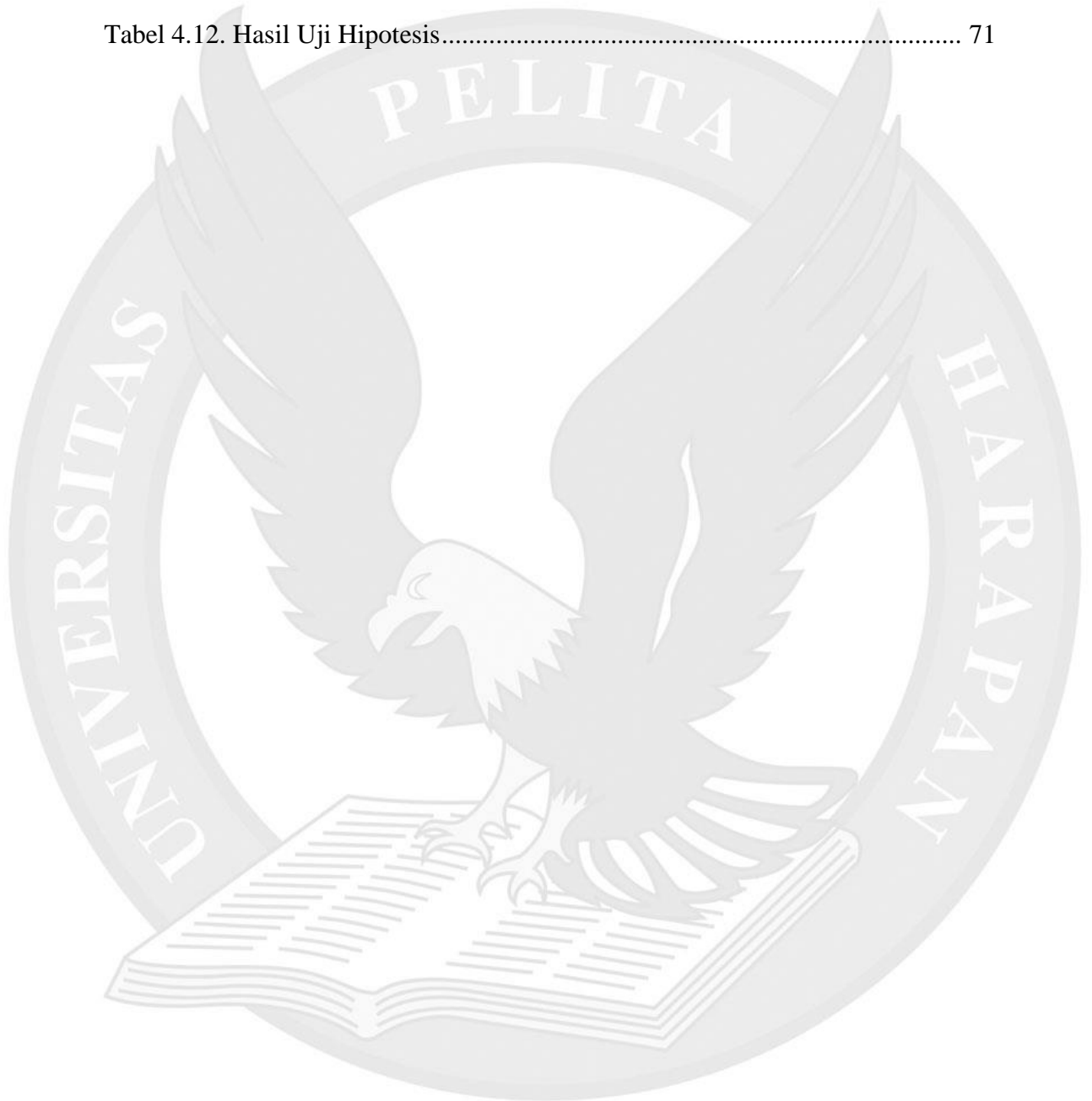
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>Five Level Products</i>	11
Gambar 2.2. <i>Firm Generated Content</i> RSGM-P FKG Universitas Trisakti.....	21
Gambar 2.3. <i>Celebrity Endorsement</i> RSGM-P FKG Universitas Trisakti	23
Gambar 2.4. Model Penelitian	29
Gambar 4.1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4.2. Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.3. Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Gambar 4.4. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Gambar 4.5. Persentase Responden Berdasarkan Jasa Yang Dibutuhkan	54
Gambar 4.6. Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	55
Gambar 4.7. Persentase Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	55
Gambar 4.8. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	63
Gambar 4.9. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan Variabel <i>Product</i> ..	43
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan Variabel <i>Price</i>	44
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan Variabel Promotion.....	43
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan Variabel <i>Firm Generated Content</i>	46
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	47
Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan Variabel <i>Purchase Decision</i>	48
Tabel 3.8. Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan <i>Fornell – Larcker Criterion</i>	50
Tabel 4.1. Hasil Statistik Deskriptif <i>Product</i>	57
Tabel 4.2. Hasil Statistik Deskriptif <i>Price</i>	58
Tabel 4.3. Hasil Statistik Deskriptif <i>Promotion</i>	59
Tabel 4.4. Hasil Statistik Deskriptif <i>Firm Generated Content</i>	60
Tabel 4.5. Hasil Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorsement</i>	61
Tabel 4.6. Hasil Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	62
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Konvergen.....	64
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas <i>Fornell – Larcker Criterion</i>	66

Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.11. Nilai <i>R - Squared</i>	69
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.Surat Ijin Penelitian di RSGM-P FKG Universitas Trisakti	87
Lampiran 2. <i>Informed Consent</i> Penelitian	88
Lampiran 3.Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 4.Form Biodata Kelulusan.....	90
Lampiran 5.Surat Bebas Keuangan.....	91
Lampiran 6.Surat Bebas Kepustakaan	91
Lampiran 7.Bukti Bimbingan	92
Lampiran 8..Hasil Uji Plagiarisme Turnitin.....	93

