

DAFTAR ISI

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
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>Social media marketing Factor</i>	10
2.1.1 <i>Advantageous campaigns</i>	10
2.1.2 <i>Popular content</i>	11
2.1.3 <i>Relevant content</i>	12
2.1.4 <i>Applications and different platforms Provided by The Company</i>	13
2.2 <i>Customer satisfaction</i>	13
2.3 <i>Brand loyalty</i>	16
2.4 <i>Brand trust</i>	18
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	20
2.5.1 <i>Social media marketing terhadap Customer satisfaction</i>	20
2.5.2 <i>Social media marketing terhadap Brand loyalty</i>	21
2.5.3 <i>Customer satisfaction terhadap Brand loyalty</i>	22
2.5.4 <i>Brand trust terhadap Brand loyalty</i>	22
2.5.5 <i>Mediasi Customer satisfaction Pada Pengaruh Social media</i>	

	<i>marketing Terhadap Brand loyalty</i>	24
2.6	Model Penelitian	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Objek Penelitian.....	27
3.2	Unit Analisis	28
3.3	Tipe Penelitian	28
3.4	Operasionalisasi Variabel	29
3.4.1	Pengukuran Variabel	29
3.4.2	Skala Jawaban Pengukuran.....	32
3.5	Populasi dan Sampel	34
3.5.1	Populasi.....	34
3.5.2	Sampel	35
3.5.3	Metode Penarikan Sampel	36
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7	Metode Analisa Data	38
3.7.1	Analisa Statistik Deskriptif	38
3.7.2	Analisa <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Data Responden Penelitian	42
4.2	Statistik Deskriptif	43
4.2.1	<i>Brand loyalty</i>	44
4.2.2	<i>Social media marketing</i>	45
4.2.3	<i>Customer satisfaction</i>	49
4.2.4	<i>Brand trust</i>	50
4.3	Hasil Uji <i>Outer model</i>	51
4.3.1	Validitas Konvergen	52
4.3.2	Validitas Diskriminan	54
4.3.3	Reliabilitas	55
4.4	Hasil Uji <i>Inner model</i>	57
4.4.1	Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
4.4.2	Hasil Uji R Square	58
4.4.3	Hasil Uji f Square	59
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.5	Analisa IPMA	61
4.6	Pembahasan	68
4.6.1	<i>Social media marketing terhadap Customer satisfaction</i>	68

4.6.2	<i>Social media marketing</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	69
4.6.3	<i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	70
4.6.4	<i>Brand trust</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	72
4.6.5	Mediasi <i>Customer satisfaction</i> Pada Pengaruh <i>Social media marketing</i> Terhadap <i>Brand loyalty</i>	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Implikasi Manajerial	76
5.3	Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Inner Model.....	57
Gambar 4.3 Hasil Uji IPMA Variabel.....	63
Gambar 4.4 Hasil Uji IPMA Indikator	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Transaksi PT. Travelokeaza Sumber Rezeki <i>Year on Year</i>	4
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 4.1 Profil Responden	42
Tabel 4.2 Kriteria Kategori Jawaban Responden	44
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif <i>Brand loyalty</i>	44
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Social media marketing</i>	46
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Customer satisfaction</i>	49
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Brand trust</i>	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Konvergen <i>Second Order Construct</i>	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen <i>First Order Construct</i>	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Diskriminan	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Second Order Construct</i>	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>First Order Construct</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.13 Hasil Uji R Square.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji F Square	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	61
Tabel 4.16 Hasil Uji IPMA Variabel.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji IPMA Indikator.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner Penelitian	85
Lampiran B : Hasil Olah Data SmartPLS	91

