

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Peran Pemasaran Jasa Dalam Perusahaan	20
2.1.3 Perilaku Konsumen	20
2.1.4 Promosi	21
2.1.5 Media Sosial.....	24
2.1.6 Keterikatan Konsumen	26
2.1.7 Kinerja Merek.....	30
2.2 Hubungan Antarvariable.....	34
2.2.1 Komunikasi Pemasaran dan Keterikatan Konsumen.....	34
2.2.2 Komunikasi Pemasaran dan Kinerja Merek	37
2.2.3 Kinerja Merek dan Keterikatan Konsumen	38

2.3	Penelitian Terdahulu.....	40
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44
3.1.1	Variabel Penelitian	44
3.1.2	Definisi Operasional	45
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.5	Metode Analisis Data	51
3.5.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
3.5.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
3.5.3	Metode Pengujian Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Karakteristik.....	58
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial	59
4.2	Analisis Data Kualitatif.....	59
4.2.1	Deskripsi Variabel Promosi	60
4.2.2	Deskripsi Variabel Media Sosial	61
4.2.3	Deskripsi Variabel Keterikatan Konsumen	62
4.2.4	Deskripsi Variabel Kinerja Merek.....	64
4.3	Evaluasi Model	65
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	65
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
4.4	Pembahasan Interpretasi Hasil.....	84
4.4.1	Pengaruh Promosi terhadap Keterikatan Konsumen.....	84

4.4.2	Pengaruh Media Sosial terhadap Keterikatan Konsumen	87
4.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Kinerja Merek	89
4.4.4	Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Merek.....	91
4.4.5	Pengaruh Kinerja Merek terhadap Keterikatan Konsumen	93
BAB V PENUTUP		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Implikasi Teoritis	98
5.3	Implikasi Manajerial.....	100
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	101
5.5	Agenda Penelitian Mendatang	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		113



FEB UNDIP