

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 <i>Grand Theory</i> .....	8
2.1.1 Pemasaran (Marketing) .....	8
2.2 <i>Social Media Marketing</i> .....	9
2.3 <i>Brand Awareness</i> .....	10
2.4 <i>Brand Trust</i> .....	11
2.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....	13
2.6 <i>Purchase Decision</i> .....	15
2.7 Kajian Penelitian Terdahulu .....	16
2.8 Hubungan Antar Variabel .....	17
2.8.1 Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	17

2.8.2	Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	18
2.8.3	Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>E-WOM</i> .....	18
2.8.4	Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	19
2.8.5	Hubungan <i>E-WOM</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	19
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>21</b>
3.1	Metode Penelitian.....	21
3.2	Populasi dan Sampel.....	21
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5	Teknik Analisis Data.....	23
3.6	Uji Validitas.....	24
3.6.1	Validitas Konvergen .....	24
3.6.2	Validitas Diskriminan.....	24
3.7	Uji Reliabilitas.....	24
3.8	Asesmen Kolinearitas pada Level Konstruk .....	25
3.8.1	<i>Goodness of Fit (GoF) Index</i> .....	25
3.8.2	<i>Effect Size (f<sup>2</sup>)</i> .....	25
3.8.3	Relevansi Perdiktif (Q <sup>2</sup> ).....	25
3.8.4	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	26
3.9	Uji Hipotesis .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>27</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	27
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	27
4.1.2	Evaluasi Model (Outer Model) .....	28
4.1.3	Model Struktural (Inner Model) .....	32
4.1.4	Pengujian Hipotesis .....	37
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>40</b>

<b>5.1</b>	<b>Simpulan .....</b>	<b>40</b>
5.1.1	Ringkasan Penelitian .....	40
5.1.2	Kesimpulan Atas Hipotesis Penelitian .....	40
5.1.3	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	41
<b>5.2</b>	<b>Implikasi .....</b>	<b>42</b>
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	42
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	43
<b>5.3</b>	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>5.4</b>	<b>Agenda Penelitian Mendatang.....</b>	<b>45</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>46</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>49</b>

