

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II KAJIAN TEORETIK	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70

BAB V PENUTUP.....	95
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Social Media.....	5
Gambar 1.2 Survei Pembelian yang sering digunakan oleh konsumen	6
Gambar 1.3 Survei Produk Fashion Lokal	7
Gambar 1.4 Survei Pembelian Produk yang sering dibeli oleh konsumen	7
Gambar 1.5 Survei Merk Produk Lokal	8
Gambar 1.6 Survei Mengetahui Produk Lokal	9
Gambar 1.7 Survei Niat Membeli Produk.....	10
Gambar 1.8 Survei kendala saat membeli.....	11
Gambar 2.1 Hubungan X, Y, dan Z	45
Gambar 3.1 Konstelasi X, Y, dan Z.....	47
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	70
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	71
Gambar 4. 3 Lokasi Tempat Tinggal Responden.....	72
Gambar 4. 4 CFA Full Model	86
Gambar 4. 5 Fit Model	87
Gambar 4. 6 Uji Hipotesis.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	33
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan.....	35
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Social Media Marketing	52
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Brand Loyalty.....	54
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Purchase Intention	56
Tabel 3.4 Skala Penilaian Instrumen Penelitian.....	57
Tabel 3.5 Nilai Factor loading EFA.....	58
Tabel 3. 6 Pilot study Jenis Kelamin.....	64
Tabel 3. 7 Pilot study Usia	64
Tabel 3. 8 Pilot study Tempat Tinggal.....	64
Tabel 3. 9 Pilot study KMO Social Media Marketing	65
Tabel 3. 10 Validitas Pertama Variabel Social Media Marketing.....	65
Tabel 3. 11 Validitas Kedua Variabel Social Media Marketing	66
Tabel 3. 12 Pilot study KMO Brand Loyalty	66
Tabel 3. 13 Validitas Pertama Variabel Brand Loyalty	67
Tabel 3. 14 Validitas Kedua Variabel Brand Loyalty	67
Tabel 3. 15 Pilot study KMO Variabel Purchase Intention	67
Tabel 3. 16 Validitas Pertama Variabel Purchase Intention.....	68
Tabel 3. 17 Validitas Kedua Variabel Purchase Intention	68
Tabel 3. 18 Validitas Ketiga Variabel Purchase Intention.....	68
Tabel 4. 1 Statistika Deskriptip Social Media Marketing	73
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Social Media Marketing	74

Tabel 4. 3 Statistika Deskriptif Brand Loyalty	76
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Brand Loyalty	76
Tabel 4. 5 Statistika Deskriptif Purchase Intention.....	79
Tabel 4. 6 KMO Social Media Marketing	80
Tabel 4. 7 Eigenvaluer Social Media Marketing	81
Tabel 4. 8 Loading factor Social Media Marketing	81
Tabel 4. 9 KMO Brand Loyalty	82
Tabel 4. 10 Eigenvalues Brand Loyalty	82
Tabel 4. 11 Factor loading Brand Loyalty	83
Tabel 4. 12 KMO Purchase Intention	83
Tabel 4. 13 Eigenbalues Purchase Intention	84
Tabel 4. 14 Loading factor Purchase Intention	84
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian GOF Full Model	86
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian GOF Fit Model	87
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Regression Weight).....	88
Tabel 4. 18 Standardized Regression Weight	89

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. 1 Kuisisioner Survey Awal	110
LAMPIRAN 1. 2 Instrumen Penelitian.....	112
LAMPIRAN 1. 3 Kuesioner Pilot Study dan Penelitian.....	116
LAMPIRAN 1. 4 Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Social Media Marketing	118
LAMPIRAN 1. 5 Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Brand Loyalty	119
LAMPIRAN 1. 6 Uji Coba Validitas dan Realibilitas	120
LAMPIRAN 1. 7 Jawaban Pilot Study	121
LAMPIRAN 1. 8 Profil Responden Pilot Study	128
LAMPIRAN 1. 9 Data Mentah Penelitian	130
LAMPIRAN 1. 10 Hasil Pengujian EFA & Realiabilitas SPSS	159
LAMPIRAN 1. 11 Hasil Pengujian CFA.....	160
LAMPIRAN 1. 12 Hasil Pengujian Hipotesis dengan AMOS	161