

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Teori Pendukung .....</b>	<b>18</b>
2.1.1 <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i> .....	20
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	22
<b>2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>25</b>
2.2.1 Pengembangan Hipotesis.....	25
2.2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	30
2.2.3 Kerangka Penelitian.....	33

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....</b>	<b>35</b>
3.1.1 Waktu .....	35
3.1.2 Tempat Penelitian .....	35
<b>3.2 Desain Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>36</b>
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel .....	37
<b>3.4 Pengembangan Instrumen .....</b>	<b>38</b>
3.4.1 Definisi Konseptual .....	38
3.4.2 Definisi Operasional .....	39
3.4.3 Instrumen <i>Social Media Marketing</i> .....	40
3.4.4 Instrumen <i>Brand Image</i> .....	41
3.4.5 Instrumen <i>Purchase Intention</i> .....	42
3.4.6 Skala Pengukuran .....	43
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>44</b>
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	44
3.6.2 Uji Validitas.....	44
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	45
3.6.4 Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
<b>4.1 Deskripsi Data .....</b>	<b>49</b>
4.1.1 Karakteristik Responden.....	49
<b>4.2 Hasil .....</b>	<b>61</b>

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>69</b>
4.3.1 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	69
4.3.2 <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	69
4.3.3 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	70
4.3.4 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i> .....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>72</b>
<b>5.2 Implikasi .....</b>	<b>73</b>
5.2.1 Implikasi Teoretis .....	73
5.2.2 Implikasi Praktis .....	74
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>77</b>
<b>5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1 Data Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan .....	2
Gambar 1. 2 Data Produksi Kopi Berdasarkan 10 Produsen Teratas.....	4
Gambar 1. 3 Rata-Rata Penjualan Per Bulan Kedai Kopi Lokal .....	7
Gambar 1. 4 Pembaruan Gelas Kemasan Toko Kopi Tuku.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Teori .....	34
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	64
Gambar 4. 2 Model Penelitian Setelah Modifikasi .....	65



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1 Data Perbandingan Jumlah <i>Followers</i> Instagram Kedai Kopi Lokal.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	31
Tabel 3. 1 Instrumen <i>Social Media Marketing</i> .....	40
Tabel 3. 2 Instrumen <i>Brand Image</i> .....	41
Tabel 3. 3 Instrumen <i>Purchase Intention</i> .....	42
Tabel 3. 4 Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	52
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	53
Tabel 4. 6 Deskriptif Statistik <i>Social Media Marketing</i> .....	54
Tabel 4. 7 Rata-Rata Hitung <i>Social Media Marketing</i> .....	55
Tabel 4. 8 Deskriptif Statistik <i>Brand Image</i> .....	57
Tabel 4. 9 Rata-Rata Hitung <i>Brand Image</i> .....	58
Tabel 4. 10 Deskriptif Statistik <i>Purchase Intention</i> .....	59
Tabel 4. 11 Rata-Rata Hitung <i>Purchase Intention</i> .....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kelayakan Model.....	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Mediasi (Sobel Test).....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing .....	87
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	88
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Pembimbing .....	94
Lampiran 4 Saran dan Perbaikan Skripsi .....	95
Lampiran 5 Lembar Persetujuan Hasil Perbaikan Setelah Sidang Skripsi .....	96
Lampiran 6 Hasil Turnitin .....	97

