

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
LAMPIRAN .....	vi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	7
1.3.Tujuan.....	7
1.4.Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1.Manfaat teoritis .....	8
1.4.2Manfaat praktisi.....	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1.Kajian Teori.....	9
2.1.1.Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2.Keputusan Pembelian.....	10
1.Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3.Social Media Marketing (SMM).....	14
1.Pengertian Social Media Marketing (SMM).....	14
2.1.4.Kualitas Produk .....	21
1.Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.Pendekatan dalam penilaian kualitas produk .....	23
2.1.5.Citra Merek .....	26
1.Pengertian Citra Merek .....	26
2.Komponen Citra Merek.....	28
2.2.Penelitian Terdahulu .....	31
2.3.Kerangka Pemikiran .....	36
2.4.Hipotesis.....	37
2.4.1.Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4.2.Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4.3.Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Citra Merek .....	38
2.4.4.Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek .....	38
2.4.5.Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.4.6.Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	39
2.4.7.Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	39
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	41
3.1.Jenis Penelitian.....	41
3.2.Objek Penelitian .....	41
3.3.Populasi dan Sampel .....	41
3.3.1.Populasi Penelitian .....	41

3.3.2.Sampel Penelitian .....	42
3.4.Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.Definisi Operasional .....	44
3.6.Teknik Analisis Data .....	48
3.6.1.Analisis Statistik Deskriptif .....	48
3.6.2.Analisis Statistik Inferensial .....	48
3.6.3.Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	48
3.6.4.Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ):.....	50
3.7.Pengujian Hipotesis .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1.Gambaran Objek Penelitian.....	52
4.2.Karakteristik Responden.....	52
4.3.Uji Statistik Deskriptif .....	54
4.3.1.Statistik Variabel Deskriptif Keputusan Pembelian .....	54
4.3.2.Statistik Variabel Deskriptif Sosisal Media Marketing .....	55
4.3.3.Statistik Variabel Deskriptif Kualitas Produk .....	56
4.3.4.Statistik Variabel Deskriptif Citra Merek .....	56
4.4.Uji Statistik Inferensial .....	57
4.4.1.Analisis Measurement Model ( <i>Outer Model</i> ).....	57
1.Uji Validitas Konvergen ( <i>Validity Convergent</i> ).....	57
2.Nilai Loading Faktor.....	58
3.Nilai AVE .....	60
4.Uji Validitas Diskriminan ( <i>Validity Discriminant</i> ) .....	60
5.Uji Reabilitas ( <i>Composite Reability</i> ).....	62
4.4.2.Uji Structural Model ( <i>Inner Model</i> ).....	63
1.Uji Coefficient of Determination ( $R^2$ ) .....	63
2.Uji Q Square Predictive Relevance ( $Q^2$ ).....	65
4.4.3.Uji Goodness Of Fit ( <i>GoF</i> ) .....	65
4.5.Uji Hipotesis .....	66
4.5.1.Sosial Media Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. ....	68
4.5.2.Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.5.3.Sosial Media Marketing Berpengaruh Terhadap Citra Merek.....	68
4.5.4.Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Citra Merek. ....	69
4.5.5.Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. ....	69
4.5.6.Sosial Media Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	69
4.5.7.Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. ....	70
4.6.Pembahasan .....	70
4.6.1.Sosial Media Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. ....	70
4.6.2.Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.6.3.Sosial Media Marketing Berpengaruh Terhadap Citra Merek.....	72
4.6.4.Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Citra Merek. ....	72
4.6.5.Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. ....	74
4.6.6.Sosial Media Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	74
4.6.7.Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. ....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1.Kesimpulan.....	77
5.2.Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	88

