

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Niat Beli .....	9
2. Efektivitas Pemasaran Media Sosial .....	10
3. Citra Positif Merek.....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	16

C. Hubungan Antar Variabel.....	25
D. Kerangka Pemikiran .....	27
E. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Rancangan Penelitian.....	29
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	29
C. Populasi.....	30
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	31
E. Jenis Data Penelitian.....	32
F. Prosedur Pengambilan Data.....	32
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	33
H. Definisi Operasional Variabel .....	34
I. Uji Instrumen .....	38
J. Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Analisis Deskriptif .....	50
B. Analisis Kuantitatif .....	60
C. Pembahasan .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.3 Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden .....	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Konvergen 30 Responden.....	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan 30 Responden.....	40
Tabel 3.6 Hasil Average Variance Extracted (AVE) 30 Responden.....	41
Tabel 3.7 <i>Composite Reliability</i> 30 Responden.....	43
Tabel 3.8 <i>Cronbach's Alpha</i> 30 Responden .....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2 Usia Responden .....	51
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	52
Tabel 4.4 Pekerjaan / Status Responden.....	53
Tabel 4.5 Pengeluaran Jajan Per Bulan Responden.....	54
Tabel 4.6 Media Sosial Yang Dimiliki Responden .....	55
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel.....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Niat Beli.....	56
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Efektivitas Pemasaran Media Sosial.....	57
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Citra Positif Merek .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	60
Tabel 4.12 Hasil Pengaruh Langsung .....	62
Tabel 4.13 Hasil Pengaruh Tidak Langsung.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi (Q2/2020-Q2/2022).....	2
Gambar 1.2 10 Merek <i>Fashion</i> Favorit Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	81
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN.....	92
LAMPIRAN III UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 30 RESPONDEN.....	96
LAMPIRAN IV REKAPITULASI DATA 120 RESPONDEN .....	100
LAMPIRAN V ANALISIS DESKRIPTIF .....	117
LAMPIRAN VI ANALISIS KUANTITATIF .....	122