

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan .....	5
D. Manfaat .....	6
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Brand Loyalty</i> .....	7
2. Effectiveness of Social Media Marketing.....	8
3. Positive Brand Image .....	10
B. Penelitian Terdahulu .....	12
C. Pengaruh Antar Variabel.....	16
1. Pengaruh effectiveness of social media marketing terhadap brand loyalty 16	
2. Pengaruh effectiveness of social media marketing terhadap positive brand image .....	16
3. Pengaruh positive brand image terhadap brand loyalty .....	16

4. Pengaruh effectiveness of social media marketing terhadap brand loyalty melalui positive brand image .....	17
D. Kerangka Konseptual .....	17
E. Hipotesis Penelitian.....	18
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
A. Rancangan Penelitian .....	19
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	19
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	20
E. Jenis Data Penelitian .....	21
F. Prosedur Pengambilan Data .....	21
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	21
H. Definisi Operasional Variabel.....	22
I. Uji Instrumen .....	25
J. Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Analisis Deskriptif .....	35
B. Analisis Kuantitatif .....	42
C. Pembahasan.....	54
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>