

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KAYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Ekuitas Merek	7
2. Citra Merek.....	8
3. Aktivitas Pemasaran Media Sosial.....	9
B. Penelitian Terdahulu	10

C. Hubungan Antar Variabel	15
D. Kerangka Konseptual	17
E. Hipotesis Penelitian	18
BAB III	20
METODE PENELITIAN	20
A. Rancangan Penelitian	20
B. Populasi Penelitian	20
C. Sampel dan Teknik Sampling.....	20
D. Jenis Data Penelitian	21
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	22
F. Definisi Operasional Variabel	23
G. Skala Pengukuran Variabel	24
H. Uji Instrument	25
I. Teknis Analisis Data	31
J. Pengujian Hipotesis	34
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Analisis Deskriptif	38
B. Skema Model <i>Partial Least Square</i>	47
C. Analisis Model Pengukuran.....	48
D. Analisis Model Structural	54
E. Hasil Uji Hipotesis	56
F. Pembahasan	60

BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share Produk Kecantikan periode April – Juni 2022 ...	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	47
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Skor Skala <i>Likert</i>	25
Tabel 3.3 <i>Outer Loading</i> 30 Responden	26
Tabel 3.4 <i>Cross Loading Factor</i> 30 Responden.....	28
Tabel 3.5 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> 30 Responden.....	29
Tabel 3.6 <i>Composite Reliability</i> 30 Responden.....	30
Tabel 3.7 <i>Cronbach's Alpha</i> 30 Responden.....	31
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Tidak Rutin / Belanja Per Bulan	41
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Social.....	42
Tabel 4.7 Kategori Interval	43
Table 4.8 Aktivitas Pemasaran media Social	44
Tabel 4.9 Ekuitas Merek	45
Table 4.10 Citra Merek	46

Tabel 4.11 <i>Outer Loading</i>	49
Tabel 4.12 <i>Cross Loading Factor</i>	51
Tabel 4.13 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 4.14 <i>Composite Reliability</i>	53
Tabel 4.15 <i>Cronbach's Alpha</i>	54
Tabel 4.16 <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan <i>Bootstrapping</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Penelitian 30 Responden	88
Lampiran 3 Tabulasi Data	92
Lampiran 4 Rekapitulasi Data Penelitian 120 Responden	96
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Partial Least Square</i>	106