

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.4.1 Manfaat Akademis	26
1.4.2 Manfaat Teoritis	26
1.4.3 Manfaat Praktis	26
1.5 Kerangka Teori.....	26
1.5.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	26
1.5.2 Konsep Terpaan Media	29
1.5.3 Konsep <i>Brand Loyalty</i>	30
1.6 Kerangka Pemikiran.....	31
1.7 Hipotesis.....	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33

2.1 <i>Social Media Marketing</i>	33
2.1.1 <i>Social Media</i>	33
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	34
2.1.3 <i>Instagram</i>	37
2.2 <i>Brand Loyalty</i>	39
2.3 <i>Rebranding</i>	44
2.4 <i>Penelitian Terdahulu</i>	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 <i>Jenis Penelitian</i>	48
3.2 <i>Objek Penelitian</i>	49
3.3 <i>Lokasi Penelitian</i>	49
3.4 <i>Sumber Data</i>	50
3.4.1 <i>Data Primer</i>	50
3.4.2 <i>Data Sekunder</i>	50
3.5 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	50
3.5.1 <i>Kuesioner</i>	50
3.5.2 <i>Studi Pustaka</i>	52
3.6 <i>Populasi dan Sampel</i>	52
3.6.1 <i>Populasi</i>	52
3.6.2 <i>Sampel</i>	52
3.7 <i>Variabel Penelitian</i>	54
3.7.1 <i>Variabel Independent/Bebas (X)</i>	54
3.7.2 <i>Variabel Dependent/Terikat (Y)</i>	54
3.8 <i>Definisi Konseptual Variabel</i>	54
3.9 <i>Definisi Operasional Variabel</i>	56
3.10 <i>Uji Instrumen</i>	57
3.10.1 <i>Uji Validitas</i>	57
3.10.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	59
3.11 <i>Teknik Analisis Data</i>	61
3.11.1 <i>Analisis Deskriptif</i>	61

3.11.2 Analisis Tabulasi Silang.....	61
3.11.3 Uji Normalitas.....	62
3.11.4 Uji Linearitas.....	63
3.11.5 Uji Korelasi	63
3.11.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	64
3.12 Uji Hipotesis	65
3.12.1 Uji Signifikansi (Uji T)	65
3.12.2 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	68
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	71
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	73
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Domisili	74
4.3 Hasil Analisis Data Deskriptif	75
4.3.1 Hasil Analisis Data Deskriptif Variabel X (Terpaan Media).....	75
4.3.2 Hasil Analisis Data Deskriptif Variabel Y (<i>Brand Loyalty</i>)	84
4.4 Hasil Analisis Tabulasi Silang	94
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	96
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	96
4.5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	97
4.5.3 Hasil Uji Linearitas	98
4.5.4 Hasil Uji Korelasi.....	100
4.5.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	100
4.5.6 Uji Signifikansi (Uji T)	101
4.5.7 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	103
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	104
BAB V PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	114

5.3 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	121