

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	i
HALAMAN PESEMBAHAN	v
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	13
1. Manfaat Teoretis.....	13
2. Manfaat Praktis.....	13
3. Manfaat Akademis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori.....	15
2. Loyalitas Pelanggan.....	19

3.	Pemasaran Media Sosial.....	26
4.	Kepercayaan Pelanggan.....	35
B.	Penelitian Terdahulu	41
C.	Hubungan Antar Variabel	42
1.	Hubungan antara Pemasaran Media Sosial terhadap Kesi- ediaan untuk Membayar.....	42
2.	Hubungan antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesi- ediaan untuk Membayar.....	43
3.	Hubungan antara Pemasaran Media Sosial terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
4.	Hubungan antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	45
5.	Hubungan antara Loyalitas Pelanggan terhadap Kesi- ediaan untuk Membayar.....	46
6.	Hubungan Pemasaran Media Sosial terhadap Kesi- ediaan untuk Membayar melalui Loyalitas Pelanggan	47
7.	Hubungan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesi- ediaan untuk Membayar melalui Loyalitas Pelanggan	48
D.	Kerangka Konseptual	50
E.	Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN		52
A.	Rancangan Penelitian	52
B.	Objek dan Waktu Penelitian.....	53

1.	Objek Penelitian.....	53
2.	Waktu Penelitian.....	53
C.	Populasi	53
D.	Sampel dan Teknik Sampling	54
1.	Sampel	54
2.	Teknik Pengambilan Sampel	56
E.	Jenis Data Penelitian	56
1.	Data Primer.....	57
2.	Data Sekunder.....	57
F.	Prosedur Pengambilan Data	57
G.	Klasifikasi Variabel Penelitian.....	58
1.	Variabel <i>Independen</i> (Variabel Bebas).....	59
2.	Variabel <i>Intervening</i> (Variabel Perantara).....	60
3.	Variabel <i>Dependen</i> (Variabel Terikat)	61
H.	Definisi Operasional Variabel.....	61
I.	Teknik Analisis Data.....	63
1.	Analisis Deskriptif.....	64
2.	Analisis Kuantitatif.....	64
J.	Uji Instrumen.....	69
1.	Uji Validitas.....	69
2.	Uji Reliabilitas.....	72
K.	Uji Hipotesis.....	72
1.	Pengujian Pengaruh Langsung	72

2. Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Analisis Deskriptif.....	74
1. Karakteristik Responden.....	74
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	77
B. Hasil Analisis Kuantitatif.....	85
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran atau Outer Model	85
2. Hasil Penelitian Model Struktural atau Inner Model	93
C. Uji Hipotesis.....	99
1. Pengujian Pengaruh Langsung	100
2. Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	104
D. Pembahasan.....	106
1. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Kesiapan untuk Membayar	106
2. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesiapan untuk Membayar	107
3. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Loyalitas Pelanggan	108
4. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	109
5. Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Kesiapan untuk Membayar	110

6. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Kesiediaan untuk Membayar melalui Loyalitas Pelanggan	111
7. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesiediaan untuk Membayar melalui Loyalitas Pelanggan	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	119