DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS i
HALAMAN PERSETUJUAN..... ii
LEMBAR PERSETUJUAN..... iii
HALAMAN PERSEMBAHAN iv
MOTTO v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI..... vii
BAB I PENDAHULUAN.....1
A. Latar Belakang Permasalahan 1
B. Rumusan Masalah.....8
C. Tujuan Penelitian.....9
D. Manfaat Penelitian.....9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....11
A. Tinjauan Teori 11
1. Teori Stimulus-Organism-Response (SOR) 11
2. Pemasaran Media Sosial dan Aktivitas terkait (SMM,PUR,e-WOM,WPP) 14
3. *Perceived Value* (PV) 18
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....20
C. Kerangka Konseptual 28
D. Hipotesis Penelitian.....28
BAB III METODE PENELITIAN 30
A. Rancangan Penelitian 30
B. Populasi dan Sampel.....31
C Variabel Penelitian 34
1. Klasifikasi Variabel 34
2. Definisi Operasional Variabel 35
D. Lokasi dan Waktu Penelitian.....37
E. Metode Pengambilan Data.....38
F. Model dan Teknik Analisis Data 39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....44
A Deskripsi Objek Penelitian dan Profil Responden 44
1. Profil Responden Berdasarkan Usia.....44

B Statistik Deskriptif Variabel Penelitian 46
C Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 47
1. Uji Validitas Konvergen 48
2. Uji Reliabilitas Konstruk 50
3. Uji Validitas Diskriminan 51
D. Hasil Pengujian Hipotesis 53
1. Uji Pengaruh Langsung (H1, H2, H3, H4) 54
2. Uji Efek Mediasi Perceived Value (H5, H6, H7) 56
3. Ringkasan Hasil Pengujian Seluruh Hipotesis 58
E. Pembahasan Hasil Penelitian 59
1. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Pembelian (H1) 59
2. Pengaruh E-WOM terhadap Niat Pembelian (H2) 60
3. Pengaruh Kesediaan Membayar Premium terhadap Niat Pembelian (H3) 60
4. Pengaruh *Perceived Value* terhadap Niat Pembelian (H4) 61
5. Efek Mediasi Perceived Value (H5, H6, H7) 62
6. Konteks Empiris Pengaruh Langsung 64
7. Implikasi Teoritis 65
8. Implikasi Manajerial 66
9. Keterbatasan Penelitian dan Saran Mendatang 66
F. Simpulan Hasil Penelitian 67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 69
A Simpulan 69
B. Saran 73
1. Saran bagi Manajemen C28YK Social Space 73
2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya 73
DAFTAR PUSTAKA 76
LAMPIRAN 81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian 81
Lampiran 2. Data Rekap Jawaban Kuisioner.....84
Lampiran 3. Statistik Deskriptif Lengkap per Indikator.....84