

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Media Baru (<i>New Media Theory</i>)	14
B. Teori S-O-R	15
C. <i>Social Media Marketing</i>	16
D. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	18
1. <i>Word Of Mouth</i>	18
2. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
3. Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	20
E. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	21
1. <i>Brand</i> (Merek)	21
2. Manfaat Merek	23
3. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	23
4. Cara Memperkuat <i>Brand Awareness</i>	24
5. Indikator <i>Brand Awareness</i>	25
F. Minat Beli	25
1. Pengertian Minat Beli	25
2. Proses Pembelian	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	28

	4. Indikator Minat Beli	29
	G. Penelitian Terdahulu	46
	H. Kerangka Berpikir	33
	I. Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan	38
	B. Populasi dan Sampel	38
	1. Populasi	38
	2. Sampel	39
	C. Identifikasi Variabel	40
	D. Variabel Operasional	40
	E. Teknik Pengumpulan Data	45
	F. Teknik Analisis Data	45
	1. Statistik Deskriptif	46
	2. Evaluasi Model Pengukuran	46
	3. Uji Hipotesis	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Pukwe Cafe	52
	1. Profil dan Sejarah Pukwe Cafe	52
	2. Visi dan Misi Pukwe Cafe	53
	3. Jam Operasional Pukwe Cafe	53
	4. Menu Makanan dan Minuman Pukwe Cafe ..	53
	B. Hasil Penelitian	54
	1. Statistik Deskriptif.....	55
	2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) .	59
	3. Evaluasi Model Struktural (<i>InnerModel</i>)	64
	4. Hasil Uji Hipotesis	65
	C. Pembahasan	67
	1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli	67
	2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	72
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan	77
	B. Keterbatasan Penelitian	77
	C. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Platform Sosial yang Paling Aktif di Indonesia	4
Tabel 1.2	Daftar Media Sosial Pukwe Cafe	5
Tabel 2.1	Data Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
Tabel 4.1	Tabel Menu Makanan dan Minuman Pukwe Cafe.....	53
Tabel 4.2	Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner ..	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	58
Tabel 4.7	Hasil <i>Output Combined Loading and Cross Loadings</i>	60
Tabel 4.8	Hasil <i>Average Variances Extracted</i>	61
Tabel 4.9	Output Nilai Loading Konstruk Laten.....	62
Tabel 4.10	<i>Coeffisient Among Latent Variables</i>	63
Tabel 4.11	Hasil <i>Output Latent Variable Coefficient</i>	64
Tabel 4.12	<i>Model Fit and Quality Indices</i>	65
Tabel 4.13	<i>Direct dan Total Effect</i>	66
Tabel 4.14	<i>Output Path Coefficients and P values EWOM</i>	68
Tabel 4.15	<i>Output Path Coefficients and P values BA</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	33
Gambar 3.1	Analisis Jalur Hubungan Antar Variabel	50
Gambar 4.1	Model Penelitian.....	65

