

DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Asumsi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>E-Service Quality</i>	15
2.1.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	15
2.1.2 Karakteristik <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.3 Indikator <i>E-Service Quality</i>	18
2.2 <i>Social Media Marketing</i>	19
2.2.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	19
2.2.2 Tujuan <i>Social Media Marketing</i>	20
2.2.3 Dasar <i>Social Media Marketing</i>	21
2.2.4 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	22
2.3 <i>Content Marketing</i>	23
2.3.1 Pengertian <i>Content Marketing</i>	23
2.3.2 Manfaat <i>Content Marketing</i>	24
2.3.3 Indikator <i>Content Marketing</i>	24

2.4	<i>Brand Awareness</i>	26
2.4.1	Pengertian <i>Brand Awareness</i>	26
2.4.2	Faktor yang mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	26
2.4.3	Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	27
2.4.4	Indikator <i>Brand Awareness</i>	28
2.5	Hubungan atau pengaruh antar variabel.....	28
2.5.1	Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	28
2.5.2	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	30
2.5.3	Hubungan <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	31
2.6	Penelitian Terdahulu	32
2.7	Kerangka Berpikir dan Hipotesis	37
2.7.1	Kerangka Berpikir	37
2.7.2	Hipotesis	38
BAB III	METODE PENELITIAN.....	39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	45
3.4.1	Sumber Data.....	45
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	46
3.5	Metode Analisis Data	47
3.5.1	Uji Validitas dan Reabilitas	48
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	50
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	52
3.5.4	Koefisien determinasi (Adjusted R Square)	52
3.5.5	Uji Hipotesis	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Deskripsi Tempat Penelitian	55
4.1.2	Deskripsi Data Responden	61
4.1.3	Deskripsi Variabel Independen dan Dependen	66
4.2	Analisis Data	75
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	75
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	78
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.2.4	Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	85
4.2.5	Pengujian Hipotesis	87
4.3	Hasil Kerangka berpikir	92
4.4	Pembahasan	93

4.4.1	Pengaruh secara parsial (t).....	93
4.4.2	Pengaruh Secara Simultan (F)	96
BAB V	PENUTUP.....	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104