

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan penelitian	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Pengembangan Ilmu.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Jadwal Peneltian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Preferensi Konten	12
2.1.2 Promosi Media Sosial.....	15
2.1.3 Persepsi harga.....	20
2.1.4 Minat Beli	25
2.1.5 Kesadaran Merek	29
2.1.6 Penelitian Yang Relevan	32
2.2 Kerangka Pemikiran	46
2.3 Hipotesis	49
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	50
3.1 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian.....	50
3.1.1 Objek Penelitian.....	50
3.1.2 Subjek Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian	51
3.2.1 Operasional Variabel	51

3.2.2 Model Penelitian	55
3.2.3 Populasi dan Sampel.....	55
3.2.4 Teknik Pengambilan Sampel	56
3.2.5 Instrumen Penelitian.....	57
3.2.6 Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Persepsi Responden.....	66
4.1.2 Analisis Data	81
4.1.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.1.4 Evaluasi Model Stuktural (<i>Inner Model</i>)	91
4.1.5 Pengujian Hipotesis.....	96
4.2 Pembahasan	102
4.2.1 Pengaruh Preferensi Konten, Promosi Media Sosial dan Persepsi Harga terhadap Kesadaran Merek	102
4.2.2 Pengaruh Preferensi Konten, Promosi Media Sosial dan Persepi Harga terhadap Minat Beli	104
4.2.3 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli ..	106
4.2.4 Pengaruh Pengaruh Preferensi Konten, Promosi Media Sosial Dan Persepsi Harga Melalui Kesadaran Merk Terhadap Minat Beli	107
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	116
KUESIONER PENELITIAN.....	117