

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>The Grand Theory: Relationship Marketing Theory</i>	10
2.1.2 <i>Social Media Marketing Activities</i>	10
2.1.3 <i>E-Service Quality</i>	11
2.1.4 Minat Beli Ulang	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12

2.3 Keterhubungan Antar Variabel dan Hipotesis	15
2.3.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	15
2.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	15
2.4 Model Analisis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.4 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel.....	18
3.2.1 Populasi.....	18
3.2.2 Sampel.....	18
3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran	19
3.4 Variabel dan Definisi Operasional.....	20
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	20
3.6 Validitas dan Reliabilitas	21
3.6.1 Validitas	21
3.6.2 Reliabilitas	21
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.7.1 Uji Normalitas.....	22
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	22
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	22
3.8 Metode Analisis Data.....	23
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	23
3.8.2 Uji Hipotesis	24
3.8.2.1 Uji F.....	29
3.8.2.2 Uji t.....	24
3.8.2.3 Uji Koefisien Korelasi	24
3.8.2.4 Uji Koefisien Determinasi	25

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Analisis Data.....	29
4.1.1 Gambaran Umum.....	29
4.1.2 Penyebaran Kuesioner.....	29
4.1.3 Profil Responden.....	30
4.2 Statistik Deskriptif.....	31
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing Activities</i> (X1)	32
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Servoce Quality</i> (X2).....	34
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	36
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reliabilitas	39
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.4.1 Uji Normalitas.....	40
4.4.2 Uji Multikolinearitas	41
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	42
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.6 Uji Hipotesis	43
4.6.1 Uji F	43
4.6.2 Uji t	44
4.6.3 Uji Koefisien Korelasi	46
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi	46
4.7 Pembahasan	47
4.7.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen King Siomay	47
4.7.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen King Siomay	47
4.8 Implikasi Hasil Penelitian.....	48

4.9 Keterbatasan Penelitian.....	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1 Simpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
5.2.1 Saran Praktis.....	51
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	51
REFERENSI.....	53



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Pertumbuhan Pengguna Sosial Media di Indonesia.....	2
1.2 Pertumbuhan Aktifitas Marketing Melalui Media Sosial di Indonesia	3
1.3 Grafik Omzet Penjualan King Siomay	6
1.4 Hasil Pra Survey yang dilakukan oleh King Siomay.....	8
2.1 Model Analisis.....	17
4.1 Usia Responden	30
4.2 Jenis Kelamin Responden.....	30
4.3 Pekerjaan Responden.....	31



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Penjualan King Siomay.....	6
3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	20
4.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing Activities</i> (X1)	32
4.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> (X2)	34
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	36
4.4 Hasil Uji Validitas.....	38
4.5 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	39
4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.7 Hasil Uji Normalitas	41
4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	41
4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	42
4.10 Hasil Regresi Linear Berganda	43
4.11 Hasil Uji F.....	44
4.12 Hasil Uji t.....	45
4.13 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	46
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
4.15 Implikasi Hasil Penelitian	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A – Kuesioner.....	A-1
Lampiran B – Mapping Jurnal	B-1
Lampiran C – Hasil Kuesioner	C-1
Lampiran D – Hasil Output SPSS.....	D-1
Lampiran E – <i>Statement Letter</i>	E-1

