

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
PENDAHULUAN	1
TINJAUAN PUSTAKA	2
Aktivitas Pemasaran Media Sosial	2
Nilai Yang Dirasakan	3
Pengalaman Pelanggan.....	4
Kualitas Hubungan	5
Niat Beli Ulang.....	6
Niat Loyalitas	6
Niat Partisipasi	7
HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	8
Hubungan antara Aktivitas Pemasaran Sosial Media (APM) dengan Kualitas Hubungan (KH).....	8
Hubungan antara Nilai Yang Dirasakan (NYD) dengan Kualitas Hubungan (KH)	8
Hubungan antara Pengalaman Pelanggan (PP) dengan Kualitas Hubungan (KH)	9
Hubungan antara Aktivitas Pemasaran Sosial Media, Kualitas Hubungan dan Perilaku Pelanggan	10
Hubungan antara Nilai Yang Dirasakan, Kualitas Hubungan dan Perilaku Pelanggan	10

Hubungan antara Pengalaman Pelanggan, Kualitas Hubungan dan Perilaku Pelanggan	11
MODEL PENELITIAN	12
METODE PENELITIAN.....	12
HASIL PENELITIAN.....	14
Hasil <i>pretest</i>	14
Analisis Demografi.....	14
Pengujian <i>Outer Model</i>	15
Pengujian <i>Inner Model</i> (Uji Hipotesis).....	18
DISKUSI.....	22
KESIMPULAN.....	24
Limitasi Dan Saran	24
Implikasi Manajerial.....	25
DAFTAR PUSTAKA	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Lampiran 2. Definisi Operasional Variabel	38
Lampiran 3. Kuesioner	50
Lampiran 4. Tabulasi Data	59
Lampiran 5. Hasil Output Olah Data	79
Lampiran 6. Hasil Laporan Pengecekan Plagiat	108
Lampiran 7. Artikel/Jurnal	109
Lampiran 8. Biodata Penulis	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	12
Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis	18

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Outer Model	15
Tabel 2. Fornell-Larcker <i>Criterion</i>	16
Tabel 3. <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	17
Tabel 4. <i>Outer Weight</i> dan VIF	17
Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi	18
Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Langsung	19
Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung	19